

7.03.01 – Teoria Antropológica

VAI UM CAFÉ? ANÁLISE DO PERSONAGEM LULA NO PROGRAMA CAFÉ COM O PRESIDENTE

Leandro Santos¹, Elizabeth de Andrade Lima²

1. Doutorando em Ciências Sociais da UFCG

2. PPGCS-UFCG/Orientadora

Resumo:

Analisa-se a atuação do personagem Lula no programa de rádio *Café com o presidente* e a sua relação com o tipo de liderança que povoou o imaginário social brasileiro do presidente petista. O objetivo foi apreender o *ethos* político de Lula no radiofônico semanal. Utilizam-se as categorias de imagem pública e de mitologia política. O discurso político foi tomado como lugar onde as formas simbólicas e as disputas por elas realizadas tomam forma e concretude.

Considerou-se a arena política como espaço dramatizado, propício a atuações cênicas. Como acontece nas encenações teatrais, os participantes do jogo político se comportam como estivessem interpretando papéis.

Concluiu-se que apesar de sua materialidade, no *Café com o presidente* Lula se comportou arquetipicamente como um *homem comum*, uma figura dramática concernente ao campo do imaginário social e das mitologias políticas. A liderança que ali se apresentou não foi o “Lula real”, mas uma imagem, um fenômeno simbólico produzido no imaginário, que se manifestou através da enunciação de uma forte argumentação política, objetivando a manutenção, o controle e o exercício eficaz do poder.

Palavras-chave: Discurso político; Mitologia política; Homem comum.

Introdução:

É sabido que a biografia, a atuação sindical e a trajetória política de Lula já foram objeto de muitos trabalhos de cunho científico, jornalístico e artístico. Entretanto, o programa radiofônico *Café com o presidente*, protagonizado pelo ex-presidente em seus dois mandatos, foi pouco explorado.

Produzido pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) com o propósito de ser um canal de comunicação entre o presidente e a população brasileira, o programa, transmitido desde o primeiro ano do governo Lula, era veiculado semanalmente, via satélite, em diversas estações de rádio de todo o país e seu conteúdo reverberava em diversos outros veículos de comunicação, como canais de rádio e tevê, jornais e revistas impressas, blogs e sítios diversos, na internet.

Entretanto, neste trabalho desenvolvemos a hipótese que no *Café com o presidente* não era a pessoa empírica do presidente quem falava, isto é, para nós, não era o Lula de carne e osso quem se apresentava naquele dispositivo de fala pública, mas uma imagem que dele se criou e que ali se estabeleceu durante seus dois governos.

O pressuposto é que no *Café com o presidente* as estratégias discursivas utilizadas pelo ex-presidente foram empregadas no sentido de Lula querer perpetuar para si a imagem de bom governante e de líder que “sabia o que queria”, que “conhecia o que era melhor para a sua nação” e que compreendia as “reais necessidades” de seu povo. Assim, a pesquisa foi norteada pela ideia de que no *Café com o presidente* Lula se apresentava como um personagem relativo ao campo das mitologias políticas.

Mito político é uma categoria que está intimamente relacionada ao *ethos* político, imagem ou personalidade em público. Relacionar um governante à mitologia política significa dizer que a sua atuação compreende uma narrativa ou manifestação arquetípica de lideranças que habitam o imaginário social e através das quais algumas formas de organização econômica, política e social podem ser estabelecidas e legitimadas.

Para autores como Girardet (1987), Baczko (1985) e Schwartzberg (1978), na arena política moderna é o mito político que organiza o imaginário, dando-lhe um ritmo, um tempo cronológico e a cadência evolutiva que marca o início, o meio e o fim da atuação de certas personalidades em público. As mitologias políticas se comportam como sistemas de educação das mentalidades. Recorrer a elas significa reconhecer a manifestação de um sistema classificatório por elas operado, cuja função fundamental consiste em individualizar os personagens que atuam nos espaços de poder.

Conforme Gomes (2004), quem quer que estude a imagem pública deve se preocupar em analisar basicamente os fenômenos cognitivos apoiados e construídos segundo os elementos misteriosos do imaginário. Para este autor, uma imagem é uma ideia, um complexo de informações, noções e conceitos partilhados que assinalam uma personalidade pública.

Na perspectiva de Schwartzberg (1978), uma imagem distingue a autoridade política como personagem que desempenha o papel de líder. A representação deste papel exige que uma pedagogia do fazer-criar no *ethos* político seja posto em marcha, de modo que o seu poder possa ser firmemente aceito e legitimado pela instância cidadã. Por isso, quem se atrever a estudar uma imagem pública deve ter como objetivo analisar essa pedagogia.

Objetivando uma análise do personagem Lula no programa radiofônico *Café com o presidente* e a sua relação com o tipo de liderança que povoou o imaginário social brasileiro no primeiro mandato do governo petista, o que se pretende aqui foi apreender o *ethos* político de Lula no programa radiofônico *Café com o presidente* e verificar se a narrativa por ele contada compreende a imagem de um governante arquetípico.

Metodologia:

Adotamos uma estratégia dialogada, na qual o pesquisador toma os estudos anteriores como pressupostos para suas formulações. Para Geertz (1989), isso não significa que uma pesquisa se inicia de onde as outras pararam, pelo contrário, quer dizer que uma nova investigação pode – e deve – levar em conta os elementos e os fatos não estudados anteriormente, podendo, inclusive, aprofundar ainda mais as interpretações sobre os fatos e elementos já analisados.

Úteis em nossa pesquisa foram os argumentos de Bezerra (2011), que estudou a construção da imagem pública de Lula a partir do acionamento de elementos simbólicos concernentes às mitologias políticas. Ao analisar a atuação do ex-presidente no cenário político brasileiro, defendeu a autora a Tese que a história de vida de Lula compõe a síntese de um personagem lendário, que representa a imagem arquetípica do herói.

Apesar de Bezerra e nós estudarmos o mesmo personagem (Lula) e de aparentemente utilizarmos a mesma categoria analítica (imagem pública e/ou mito político), nossos trabalhos são completamente distintos. Primeiro porque o conceito de mitologia política por ela utilizada possui filiação em Girardet (1987), mais afeito ao estruturalismo, enquanto a nossa perspectiva está alicerçada nos estudos de Schwartzberg (1978), mais próximos da epistemologia dos tipos ideais. Enquanto a primeira tem como premissa o desenhar de assertivas universalizantes, a segunda é modesta e possui um caráter microscópico. Em segundo lugar, enquanto Bezerra foi obrigada a analisar toda a trajetória do personagem Lula, a natureza da nossa pesquisa nos permitiu fazer um recorte mais abreviado e preciso. Ao invés de alisarmos uma infinidade de documentos e toda a história de vida e atuação política do ex-presidente, restringimos nossas reflexões ao que foi dito no primeiro mandato pelos enunciadores do discurso presidencial no programa radiofônico *Café com o presidente*.

O recorte se justifica por duas razões: 1) a suposição de que o primeiro governo lulista tenha se confundido com a propaganda e o *marketing* político da campanha que reconduziu Lula ao cargo de presidente; 2) as especificidades da categoria de imagem aqui utilizada. Diferente de Bezerra, o nosso argumento é que a atuação política do ex-presidente remete às características do personagem que Schwartzberg (1978) classificou como *homem comum*. Na perspectiva adotada, o que está em jogo não é precisamente a trajetória do ex-presidente, mas a maneira como o personagem Lula se apresentou na arena pública e como se fez representar na imaginação social.

Ao estabelecermos o diálogo com a Tese de Bezerra e ao imprimirmos à representação política de Lula uma nova abordagem, fomos obrigados a apreender o mito político não somente como um conceito, mas como um fenômeno específico da vida social. Um fenômeno que – como os demais – precisa ser descrito e explicado à luz do contexto social em que se encontra. Aqui, o mito político foi compreendido como uma estrutura dinâmica, que opera em um conjunto de relações e de comportamentos que surgem e desaparecem junto com as próprias personalidades públicas. Isso porque, quando acionadas, as representações afetam e mobilizam tanto as estruturas, quanto os comportamentos e relações a elas inerentes (MOSCOVICI, 2015).

Ademais, ao longo da pesquisa a realidade social foi tomada como um espaço cênico. Acreditou-se que, como acontece nas encenações teatrais, os participantes do jogo político se comportam como estivessem interpretando um papel, no sentido dramático. Sob essa perspectiva, as teses de Goffman (2012), Balandier (1982) e Sennett (2014) ajudarão a explicar essa relação entre política e teatro.

Resultados e Discussão:

Ao longo da pesquisa, descobrimos que a imagem que estudávamos não fora construída no programa de rádio que analisávamos. Ela se fizera muito antes de o ex-presidente assumir o Palácio do Planalto, através de um longo e complexo processo de ajustamentos e acordos implícitos entre o personagem Lula, as instâncias adversárias e o eleitorado brasileiro, durante os pronunciamentos na arena pública e nos debates que antecediam as campanhas presidenciais.

Acompanhamos com Panke (2014), Almeida (2006) e Miguel (1997) que Lula, antes de sair vitorioso no pleito eleitoral de 2002, precisou se desvencilhar da imagem de sujeito incompetente que lhe fora imputada pelos adversários nas campanhas anteriores. Ou seja, isso não se fez do dia para a noite. Elas não só se realizaram ao longo de toda a trajetória política do ex-presidente, como, segundo Panke, obedeceram a um recorte que pode ser dividido em três fases distintas: uma fase de extrema-esquerda, uma segunda fase de transição e uma última fase, de centro-esquerda.

Isso revela que as alterações no caráter do enunciador do discurso lulista foram realizadas de forma gradual, sempre em consonância com as transformações ocorridas na sociedade brasileira e com as demandas de seu respectivo eleitorado.

Durante a pesquisa, buscamos analisar as estratégias discursivas do ex-presidente e identificar o caráter de seu *ethos* político no programa *Café com o presidente* e a sua relação com o tipo de liderança que povoou o imaginário social brasileiro no primeiro governo lulista. Descobrimos que em seu programa de rádio Lula não se apresentava como um ser empírico, mas como um personagem relativo ao imaginário e ao campo das mitologias políticas.

Viu-se que apesar da presença física das lideranças e dos “problemas reais”, não são os sujeitos empíricos que disputam o poder e o lugar de protagonista, mas as ideias e as formas simbólicas que representam. Isso significa que é no plano do discurso que as disputas simbólicas adquirem dinamismo e materialidade. O pressuposto básico é que ao enunciarem um discurso, os sujeitos o fazem a partir de lugares e práticas sociais específicas, o que significa o entendimento das estratégias discursivas enquanto espaço de produção social de sentido.

O discurso, portanto, se configura como lugar onde as formas simbólicas e as disputas por elas realizadas tomam corpo e se concretizam.

Assim sendo, o argumento básico deste trabalho é que apesar de sua materialidade como sujeito empírico, no *Café com o presidente*, Lula se comportou arquetipicamente como um homem comum, uma figura dramática concernente ao campo do imaginário e das mitologias políticas.

Partindo do contexto daquele programa de rádio, pode-se afirmar que a liderança que ali se apresentava não era o “Lula real”, mas uma imagem, um fenômeno simbólico produzido no imaginário e que, na arena política, se manifestava através da enunciação de uma forte argumentação política, objetivando a manutenção, o controle e o exercício eficaz do poder político.

Em nossas análises, vimos que, apesar da estrutura e aparência, *Café com o presidente* não foi um “autêntico” programa de radiojornalismo, mas o lugar estratégica e racionalmente fabricado para que Lula pudesse fortalecer e legitimar a imagem de homem simples e de líder preocupado com as demandas de “seu povo”.

A pesquisa mostrou que Lula é um comunicador inigualável, que vê o mundo a partir de sua experiência sensível, e de uma história de vida que subjetivamente o aproxima de grande maioria do eleitorado brasileiro, que o autoriza a se comunicar com os segmentos mais pobres utilizando a linguagem do *homem comum*. No programa de rádio por nós analisado, o enunciário do discurso presidencial era uma imagem concreta para quem se destinava uma narrativa específica.

Naquele programa de rádio o enunciador do discurso presidencial não encontrou dificuldades em mobilizar o imaginário dos segmentos pobres da população brasileira. Isso aconteceu não somente pelo fato de “o Lula real” ter vivenciado a pobreza, nem de ter atuado como sindicalista ou de ter conhecido de perto as mazelas brasileiras, mas por o personagem Lula ser um exímio conhecedor daquilo que move e comove os seus interlocutores, o que o autorizou a assumir o papel temático de *homem comum* e se colocar como o legítimo representante dos setores mais pobres da sociedade brasileira.

Em seu programa de rádio, Lula não apenas se pôs no lugar do pobre, ele se igualou ao seu interlocutor e velou sinceramente os seus dramas. Ao relatar as suas experiências, o ex-presidente estabeleceu uma identidade discursiva com os *batalhadores* e com a *ralé* (SOUZA, 2009; 2012) que, tomados como protagonistas da ação governamental, aderiram à máscara ritual que se lhes apresentava.

Conclusões:

A pesquisa foi lastreada por um constante e intenso diálogo com as ideias de Bezerra, que defendeu a Tese que Lula seria uma representação fidedigna do mito político salvador. Não concordamos completamente com esta afirmação, haja vista que a análise da trajetória de Lula como mito político universal só se encerraria após o fechamento completo de todas as etapas que definem o mito girardetiano, especialmente o tempo de lembrança que, no caso de Lula, efetivamente ainda não aconteceu.

Diferente de Bezerra, acreditamos que o tempo de lembrança não pode se limitar ao fato de Lula ter encerrado o seu governo com altos níveis de popularidade. Do ponto de vista político e simbólico, esse é um dado relevante, mas do ponto de vista teórico, não é isso que garante à Lula a concretude da heroificação.

O diálogo com Bezerra nos permitiu a elaboração de uma questão importante, que é a hipótese de que nas democracias plebiscitárias como a nossa, mesmo as lideranças mais carismáticas, extraordinárias ou revestidas de poderes sagrados ou sobrenaturais, para atrair e manter para si o poder político necessita criar alguns mecanismos de ligação com os súditos, além de estabelecer algumas formas de reconhecimento identitário ou alimentar alguns sentimentos de reciprocidade com os governados.

Neste caso, mesmo se considerarmos que Lula tenha realmente cumprido os tempos de apelo, de presença e de lembrança requeridos pelas lideranças lendárias, e mesmo que, hipoteticamente, Lula abarque ao redor de si os elementos de um mito político contemporâneo e que preencha o roteiro e requisitos necessários à conformação de uma figura mítica girardetiana, enquanto buscou e exerceu o papel de líder máximo da nação, o ex-presidente figurou como um ser banal, um *homem comum* e igual aos demais cidadãos brasileiros.

Pelo que vimos no *Café com o presidente*, a identidade e reciprocidade entre Lula e seu público ocorreu através do reconhecimento e compartilhamento de subjetividades relativas às formas de ser, pensar e agir dos *batalhadores* e da *ralé*.

Identidade e reciprocidade advindas da carência material e cultural e que passam pelo reconhecimento do drama e dor da fome, se estabelecem pelo sofrimento e estigma do trabalho diário e pesado e, no caso da *ralé*, também passam pela ausência de condições que permitam aos indivíduos se apropriarem de elementos que possam dar às suas vidas algum sentido.

Para finalizar, pode-se dizer que, do ponto de vista retórico, a eficácia da narrativa produzida no *Café com o presidente* parece ter ocorrido a partir de uma [con]fusão entre cinco importantes instâncias discursivas: a) o sujeito empírico, b) o sujeito discursivo; c) a imagem arquetípica do líder; d) o auditório empírico, e) e o

auditório discursivo.

O sujeito empírico é aqui representado pelo “Lula real” (o Lula de carne e osso) e o sujeito discursivo refere-se ao caráter do ethos político manifestado no programa por nós analisado. O arquétipo é a imagem do homem comum, uma liderança, com se viu, marcada por um estilo de vida e personalidade muito próximo aos cidadãos ordinários. O auditório real são os segmentos empobrecidos da sociedade brasileira, especialmente a ralé estrutural e os batalhadores e o auditório discursivo, por sua vez, é uma imagem, uma ideia daquilo que imaginava o ex-presidente ser a ralé e os batalhadores brasileiros.

Ao se confundirem, essas instâncias promoveram uma imbricação entre o imaginário social, as instâncias produtoras e as instâncias receptoras do discurso político. Essa imbricação, a nosso ver, permitiu não somente a manutenção e exercício do poder político ou a identificação e reciprocidade entre o presidente e os governados. Ela parece ter funcionado como elemento diluidor das distâncias e contradições que, no Brasil, mantém os pobres afastados e alheios aos espaços de decisão e poder.

Ao fundir esses elementos, o discurso presidencial acabou oferecendo à *ralé* e aos *batalhadores* não somente o acesso à comida e ao consumo de bens materiais, mas uma sensação de bem-estar, apoderamento e uma perspectiva de que as suas vidas poderiam ser vividas com alguma forma de respeito, sentido e dignidade.

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, A. C. **Por que Lula?** O contexto e as estratégias políticas que explicam a eleição e a crise. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- BACZKO, B. A imaginação social. In: LEACH, E. et al. **Anthropos-Homem**. Lisboa: Imprensa Nacional, 1985.
- BALANDIER, G. **O poder em cena**. Brasília: Editora da UNB, 1982.
- BEZERRA, A. K. G. **O mito lula**: política, discursos e cenário midiático. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Universidade Federal de Campina Grande: Campina Grande, 2011.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GIRARDET, R. **Mitos e mitologias políticas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.
- GOMES, W. **A transformação da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004 (versão digital).
- MIGUEL, L. F. **Em busca da harmonia perdida**: mito e discurso político. Tese (Doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas: 1997.
- MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. 11. ed. Petrópolis: Vozes.
- PANKE, L. **Lula, do sindicalismo à reeleição**: um caso de comunicação, política e discurso. Guarapuava: Unicentro; São Paulo: Horizonte, 2010.
- SENNETT, R. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. Rio de Janeiro: Record, 2014.
- SCHWARTZENBERG, R. **O Estado espetáculo**. Rio de Janeiro: Difel, 1978.
- SOUZA, J. **A ralé brasileira**: como é e como vive. Belo Horizonte: UFMG, 2009.
- SOUZA, J. **Os batalhadores brasileiros**: nova classe média ou nova classe trabalhadora? 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2012.