

PENSAMENTO MIDIÁTICO COMUNICACIONAL

BRASIL – ELEIÇÕES 2018: APONTAMENTOS SOBRE O IMAGINÁRIO “LULA É HADDAD, É O POVO”

*BRASIL – ELECTIONS 2018: NOTES ON THE IMAGINARY
“LULA É HADDAD, É O POVO”*

*BRASIL – ELECCIONES 2018: APUNTES SOBRE EL IMAGINÁRIO
“LULA É HADDAD, É O POVO”*

Sandra Fischer Correio¹

Aline Vaz²

Tarcis Prado Júnior³

RESUMO: o presente estudo trata da campanha presidencial da Coligação “O Povo Feliz de Novo” (PT/PCdoB/PROS), que teve lugar no Brasil em 2018. O olhar para o material audiovisual utilizado na campanha de primeiro turno é precedido de ligeira contextualização que se constrói desde a reeleição de Dilma Rousseff à presidência da República (2014) e seu posterior *impeachment* (2016), até a prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 2018. Debruçamo-nos sobre a noção de *imaginário* proposta por Michel Maffesoli, a qual nos permite aproximar a proposição geral da campanha – “Lula, Haddad e o Povo” – aos adventos do desejo de estar junto, do lúdico, do afetivo e do laço social.

Palavras-chave: Brasil - Eleições 2018. Imaginário. Coligação “O Povo Feliz de Novo”.

ABSTRACT: the study deals with Brazil’s 2018 presidential campaign, specifically focusing on the “O Povo Feliz de Novo” (PT/PCdoB/PROS) alliance. The analysis of the audiovisual campaign devices provided for the first round of the presidential race is preceded by a slight contextualization ranged from Dilma Rousseff’s re-election for a second term (2014) and her subsequent impeachment (2016), up to when the former president,

¹ ORCID: 0000-0001-7891-6420. E-mail: sandrafischer@uol.com.br

² ORCID: 0000-0002-2416-200X. E-mail: alinevaz900@gmail.com

³ ORCID: 0000-0002-6252-696X. E-mail: tarcisjr@yahoo.com.br



Luiz Inácio Lula da Silva, was imprisoned (2018). Based on Michel Maffesoli's concept of imaginary, we approach the campaign's proposition – “Lula, Haddad e o Povo” – to issues like the desire of being together, the ludic, the affections and the social bonds.

Keywords: Brasil - Elections 2018. Imaginary. Coalition “O Povo Feliz de Novo”.

RESUMEM: el presente estudio trata de la campaña presidencial de la Coalición “O Povo Feliz de Novo” (PT/PCdoB/PROS), que tuvo lugar en Brasil en 2018. La mirada al material audiovisual utilizado en la campaña de primer turno es precedida de ligera contextualización que se construye desde la reelección de Dilma Rousseff a la presidencia de la República (2014) y su posterior *impeachment* (2016), hasta la prisión del ex presidente Luiz Inácio Lula da Silva en 2018. Nos centramos en la noción de imaginario propuesta por Michel Maffesoli, la cual nos permite aproximar la proposición general de la campaña – “Lula, Haddad e o Povo” – a los advenimientos del deseo de estar juntos, del lúdico, del afectivo y del lazo social.

Palabras clave: Brasil - Elecciones 2018. Imaginario. Coalición “O Povo Feliz de Novo”.

Introdução

A imagem que vemos do outro, sempre atrelada a um imaginário, pode funcionar como uma espécie de espelho que se constitui de experiências que vivenciamos em nós e/ou de experiências coletivas, permitindo-nos atribuir a pessoas ou situações uma miríade de qualidades, atributos e características das mais diversas naturezas que podem ou não coincidir com a realidade. Essa gama de predicados mutáveis e lábeis em maior ou menor extensão e intensidade, e repleta de significados que lhe são por nós fornecidos, é da ordem do imponderável, uma construção mental que a partir de uma materialidade cultural envolve uma aura que ultrapassa a cultura e interfere nas subjetividades. Nas palavras de Michel Maffesoli⁴, imaginário:

É o estado de espírito que caracteriza um povo. Não se trata de algo simplesmente racional, sociológico ou psicológico, pois carrega também algo de imponderável, um certo mistério da criação ou da transfiguração. [...] O imaginário permanece uma dimensão ambien-

⁴ Não desprezamos a extensão e complexidade que caracterizam o conceito e os estudos concernentes ao *imaginário*, engendrados a partir da filosofia, da psicologia, da psicanálise, da sociologia, da literatura etc., nem a expressiva estatura de diversos dos teóricos que, além de Michel Maffesoli, ocuparam-se do tema. Optamos, neste trabalho, por abraçar a noção de *imaginário* deste último em virtude de ser uma das (ou a que) mais diretamente dialoga com os propósitos da discussão que ora apresentamos.

tal, uma matriz, uma atmosfera, aquilo que Walter Benjamin chama de aura. O imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável (MAFFESOLI, 2001, p. 75).

Entretanto, mesmo sendo ambíguo e interferindo diretamente em nossas subjetividades, nossos modos de ser e ver o outro, Maffesoli pondera que o imaginário “é algo que ultrapassa o indivíduo, que impregna o coletivo ou, ao menos, parte do coletivo”. Apesar da possibilidade de se dizer “meu” ou “teu” imaginário, “quando se examina a situação de quem fala assim, vê-se que o “seu” imaginário corresponde ao imaginário de um grupo no qual se encontra inserido”. É, portanto, “o estado de espírito de um grupo, de um país, um Estado-nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual” (2001, p. 76).

Se o ele pertence a uma ordem coletiva que impregna o subjetivo, a política também se constitui de pautas sociais que interferem na ordem do público e, conseqüentemente, no plano do privado. Nessa perspectiva, compreendemos as vivências e posicionamentos políticos em justaposição ao imaginário de um determinado grupo que se identifica com dado movimento e/ou partido político. O imaginário e o político inscrevem-se no plano ideológico, envolvendo o racional e a sensibilidade.

Em geral, quem adere a uma ideologia imagina fazê-lo por razões necessárias e suficientes, não percebendo o quanto entra na sua adesão outro componente, que chamarei de não racional: o desejo de estar junto, o lúdico, o afetivo, o laço social, etc. O imaginário é, ao mesmo tempo, impalpável e real (MAFFESOLI, 2001, p. 77).

É por meio da interação que se compartilha ideologias e se constroem imaginários, fortalecendo discursos que nascem da sensibilidade comum e tornam-se representativos de uma aura que impregna determinados grupos sociais:

Para além da argumentação, persuasiva, impõe-se a sedução, ou seja, a emoção. Em política, cada vez mais a persuasão, caso se aceite este oxímoro, funciona pela sedução. Convence-se pela emoção. O imaginário político trabalha a argumentação através de um arsenal de mecanismos emocionais, como os símbolos de um partido, as datas que devem ser comemoradas, os heróis e mitos que devem ser

lembrados, os ritos que precisam ser atualizados. O marketing, em política, resume o cruzamento da razão — o planejamento publicitário racional — com a valorização do emocional. De resto, toda a publicidade funciona assim (MAFFESOLI, 2001, p. 78).

Desse modo, pressupondo certa autonomia, indicada por Maffesoli, identificável em sujeitos que se encontram aptos a realizar leituras de imaginários, sem nunca deixar de lhes conferir caráter grupal, comunitário, tribal e partilhado, inicialmente propomo-nos a tecer neste estudo – de forma ainda algo incipiente, posto que o presente texto integra a primeira fase de um amplo projeto de pesquisa em andamento sobre *Imaginário, política e modos de se dar a ver* – reflexões preliminares a respeito do imaginário que se faz propulsor no material de campanha à presidência da Coligação “O Povo Feliz de Novo” (PT/PCdoB/PROS)⁵, encabeçada inicialmente pela proposição da candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), seguida de sua substituição por Fernando Haddad, perfazendo o imaginário LULA é HADDAD, *é o povo* (Figura 1), reiterando a proposição: *Lula é uma ideia*.

A partir das justaposições entre planos da expressão e planos do conteúdo, lançando um primeiro olhar aos sistemas de representações e ao como se constituem a linguagem de campanha em pauta e seu *modus operandi*, propomo-nos a discutir aspectos do material audiovisual atinente ao programa eleitoral “*HaddadPresidente*”, disponível no canal do *YouTube: PT – Partido dos Trabalhadores*⁶, veiculado durante o primeiro turno, num recorte do período em que a candidatura do Partido dos Trabalhadores (PT) – Lula/Haddad – encontrava-se em suspensão, aguardando resultados dos recursos que contestavam a decisão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) que, contrariando explícita recomendação da Organização das Nações Unidas (ONU), negava a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva.

Confirmada a negativa, Fernando Haddad – advogado, professor universitário e ex-prefeito de São Paulo – assume a liderança da chapa juntamente com Manuela d’Ávila, jornalista e deputada estadual pelo Rio Grande do Sul, filiada ao Partido Comunista do Brasil (PCdoB), postulando o lugar da vice-presidência.

⁵ PT/PCdoB/PROS: Partido dos Trabalhadores / Partido Comunista do Brasil / Partido Republicano da Ordem Social.

⁶ PROGRAMAS #HADDADPRESIDENTE. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLluQo1W-c9jsUSiyg8Q6WeYAmfPMdkF98o>.

Figura 1 – Imagens da campanha presidencial ‘O Povo Feliz de Novo’



Fonte: Imagens publicadas no *Instagram* @fernandohaddadoficial, respectivamente, nos dias 11/09/2018 – data da oficialização da candidatura de Haddad – e 13/09/2018: as figuras de Lula e Haddad, exibidas em enquadramentos que enfatizam, a partir de elementos topológicos, eidéticos e cromáticos, as semelhanças entre posturas corporais e gestuais por ambos adotados na relação com o povo, homologam e reiteram os elementos textuais: “Lula é Haddad” e “Haddad é Lula”.

Com vistas à consecução as mencionadas proposições, faz-se necessária a contextualização dos recentes acontecimentos políticos que tiveram lugar no país a partir da eleição presidencial de 2014, que resultou na vitória da economista Dilma Rousseff, filiada ao Partido dos Trabalhadores (PT), contra Aécio Neves, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Eventos que culminaram no *impeachment* da presidenta em 2016, em sua deposição e, em 2018, ano das novas eleições para presidente no Brasil, na prisão de Luiz Inácio Lula da Silva.

O imaginário das exclusões: eles / nós – quem são *eles* e quem somos *nós*?

A eleição à presidência da República no Brasil foi marcada, em 2014, pela reeleição de Dilma Rousseff, com 51.65% (54.483.045 votos), contra Aécio Neves, com 48.35% (50.993.533 votos), além dos 1.921.819 (1.71%) votos em branco e 5.219.787 (4.63%) votos nulos.⁷

⁷ “Resultados para Presidente do Brasil (2º turno)”. Disponíveis em: <https://www.eleicoes2014.com.br/candidatos-presidente/>.

Após a nova vitória do Partido dos Trabalhadores, o Brasil foi tomado por dois imaginários que dividiram o país entre “coxinhas”, aqueles que contestavam o plano de governo vigente (em geral englobando o imaginário de uma classe média insatisfeita), e “mortadelas”, reconhecidos pelo apoio dado aos anos de governo petista, iniciado em 2002 com a eleição de Lula à presidência. O filme *O processo* (Maria Ramos; 2018, Brasil), documentário que se organiza entre as imagens das votações e discussões que determinaram a destituição da presidenta Dilma Rousseff – na época acusada das chamadas *pedaladas fiscais*⁸ –, inicia sua narrativa com um plano geral que enfatiza a divisão entre os vermelhos (petistas), os amarelos (envoltos na atmosfera do antipetismo) e o abismo que se forma entre os emblemáticos edifícios monumentais que representam os três poderes da República (Palácio do Planalto, Poder Executivo; Supremo Tribunal Federal, Poder Judiciário; Congresso Nacional, Poder Legislativo). O povo é relegado “à margem de...”, posto que autorizado a ocupar, em suas manifestações, apenas e tão somente as estreitas faixas situadas nas extremidades do amplo espaço em que se assentam, na capital do país, os referidos prédios (Figura 2).

Figura 2 – Enquadramento do filme *O Processo*



Fonte: *Frame* do filme *O Processo*: no espaço em que o povo se divide entre vermelhos versus verde-amarelos, destaca-se um abismo que impede o acesso aos prédios que abrigam os três poderes da República.

⁸ Laudo de perícia realizada a pedido da comissão *do impeachment* do Senado sobre as pedaladas fiscais atesta que “Pela análise dos dados, dos documentos e das informações relativos ao Plano Safra, não foi identificado ato comissivo da Exma. Sra. Presidente da República que tenha contribuído direta ou imediatamente para que ocorressem os atrasos nos pagamentos” (COLON; HAUBERT, 2016).

No que diz respeito aos imbrólios que permeiam o questionável processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff e seus complexos (funestos?) resultados políticos, o então senador Tasso Jereissati – presidente do Instituto Teotônio Vilela, ex-presidente nacional do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e braço teórico do partido – observa “um conjunto de erros memoráveis”, cometidos pelos Tucanos após a eleição de Dilma Rousseff:

O primeiro foi questionar o resultado eleitoral. Começou no dia seguinte (*à eleição*). Não é da nossa história e do nosso perfil. Não questionamos as instituições, respeitamos a democracia. O segundo erro foi votar contra princípios básicos nossos, sobretudo na economia, só para ser contra o PT. Mas o grande erro, e boa parte do PSDB se opôs a isso, foi entrar no governo Temer. Foi a gota d’água, junto com os problemas do Aécio (*Neves*). Fomos engolidos pela tentação do poder (JEREISSATI, 2018).⁹

A fala de Jereissati revela como a deposição de Dilma, fenômeno tido como ‘golpe’ por considerável parcela da população, feriu a democracia, entendendo que os ataques à figura da presidenta democraticamente eleita aviltaram a soberania popular que decidira, com a requerida maioria dos votos, a presidência da República. Do discurso de Jereissati depreende-se que a crise que se instalou no país após as eleições de 2014 relaciona-se ao projeto de retirada de Dilma Rousseff do cargo; veja-se ali, por exemplo, a afirmação “o segundo erro foi votar contra princípios básicos nossos, sobretudo na economia, só para ser contra o PT”, que sugere uma possível ‘sabotagem’ em relação à economia do país em prol da construção de um imaginário contra as políticas do governo vigente – com a economia agudamente prejudicada expressiva parcela do povo viria se manifestar contra Rousseff (lembrar os protestos marcados pelas cores da bandeira verde e amarela, além dos famosos “panelaços” – manifestações marcadas por batidas de panelas advindas de pessoas postadas em janelas de apartamentos localizados em endereços e bairros reconhecidamente nobres situados nos mais diversos lugares do Brasil). Resultou-se, assim, o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, com o vice Michel Temer (do Movimento Democrático Brasileiro – MDB) assumindo o governo e implantando

⁹ Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,nosso-grande-erro-foi-ter-entrado-no-governo-temer,70002500097>.

o congelamento de investimentos na saúde e na educação por 20 anos¹⁰, além de uma reforma trabalhista que viria contrariar os direitos dos trabalhadores.

Com o fortalecimento do imaginário antipetista que se consolidou no Brasil após o *impeachment*, o ex-presidente Lula é condenado pela chamada *Operação Lava Jato*, conjunto de investigações concernentes à prática de crimes de corrupção (arts. 317 e 333 do Código Penal) e lavagem de dinheiro (art. 1º, *caput*, inciso V, da Lei n.º 9.613/1998) desenvolvida pela Polícia Federal do Brasil e liderada por Sérgio Moro¹¹, juiz de primeira instância da 13.ª Vara Criminal Federal de Curitiba. Reza a sentença que “Luiz Inácio Lula da Silva responderia por corrupção passiva e lavagem de dinheiro” (documento disponível em sítio *on-line* do Ministério Público Federal).¹² Já as alegações da defesa garantem que o ex-presidente estaria, com notório apoio de setores da mídia tradicional, sofrendo perseguição política e sendo vítima de *lawfare* (“guerra jurídica”).

Para a parte da população envolta pela nuvem do imaginário antipetista, o juiz Sérgio Moro ocupa a messiânica posição de “salvador da pátria”, movido pela consciência cívica, por exemplar senso do dever, e amparado em gabaritado desempenho profissional. Para aqueles que assentam na figura de Lula o imaginário dos tempos prósperos e profícuos de sua presidência, e/ou consideram a *Lava Jato* uma aberração jurídica, a operação reveste-se de flagrante injustiça e autoritarismo – condenando alguns e absolvendo outros sem necessariamente dispor de provas materiais robustas.

Nas palavras do sociólogo Jessé J. F. de Souza,

a Lava Jato criou um verdadeiro campeonato entre as diversas corporações jurídicas para ver quem ganha o troféu de “guardião da moralidade pública”. O contexto criado de caça às bruxas é perfeito, tanto para legitimar os privilégios mais descabidos quanto para campanhas paranoicas de redução sistemática das garantias constitucionais e democráticas, e para relativização de todas as garantias legais em nome da “limpeza moral” do país (SOUZA, 2016, p. 121).

¹⁰ Vide a PEC 241, Proposta de Emenda Constitucional aprovada pela Câmara dos Deputados, na madrugada de 26 de outubro 2016, que recebe severas críticas oriundas de partidos políticos e de parte dos especialistas, posto que o texto implica frear investimentos em saúde e educação previstos na Constituição.

¹¹ Imediatamente após o resultado das eleições presidenciais de 2018, Sérgio Moro aceita convite do vitorioso Jair Bolsonaro para ocupar em seu governo o posto de Ministro da Justiça e anuncia a decisão de abandonar a magistratura.

¹² Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/para-o-cidadao/caso-lava-jato/atuacao-na-1a-instancia/denuncias-do-mpf/documentos/LulaSENT1.pdf/view>.

O mandado de prisão de Lula é expedido pelo juiz Sérgio Moro em 05 de abril de 2018, uma quinta-feira. Em meio a expectativas e veementes manifestações de apoios inflamados e desacordos indignados, o confinamento de Lula estava formal e oficialmente decretado, devendo o mesmo entregar-se à Polícia Federal em Curitiba, cidade sede das investigações, até o final da tarde da sexta-feira 6 de abril.

Em seguida ao veredicto, devidamente informado da notícia, o petista resiste e alarga seus derradeiros momentos de liberdade abrigando-se durante quarenta e seis horas na sede do Sindicato dos Metalúrgicos, em São Bernardo do Campo, na região do ABC paulista.¹³ Ali a agenda de Lula, antes de partir rumo ao cumprimento da sentença estipulada por Moro, transcorreu marcada por uma missa-ato em homenagem a sua esposa, Marisa Letícia, falecida em 2017, a qual na data em questão estaria de aniversário, e por um extenso discurso por ele proferido junto a aliados políticos e à aglomeração do povo que se organizara no entorno do Sindicato em apoio ao líder político:

[...] Não adianta tentar acabar com as minhas ideias, elas já estão pairando no ar e não tem como prendê-las.

Não adianta parar o meu sonho, porque quando eu parar de sonhar, eu sonharei pela cabeça de vocês e pelos sonhos de vocês.

Não adianta achar que tudo vai parar o dia que o Lula tiver um infarto, é bobagem, porque o meu coração baterá pelos corações de vocês, e são milhões de corações.

Não adianta eles acharem que vão fazer com que eu pare, eu não pararei porque eu não sou um ser humano, sou uma ideia, uma ideia misturada com a ideia de vocês. E eu tenho certeza que companheiros como os sem-terra, o MTST, os companheiros da CUT e do movimento sindical sabem. E esta é uma prova, esta é uma prova. Eu vou cumprir o mandado e vocês vão ter de se transformar, cada um de vocês, vocês não vão se chamar Chiquinho, Zezinho, Joãozinho, Albertinho... Todos vocês, daqui pra frente, vão virar Lula e vão andar por este país fazendo o que vocês têm que fazer e é todo dia! Todo dia!

Eles têm de saber que a morte de um combatente não pára a revolução.

[...] Eu quero saber quantos dias eles vão pensar que tão me prendendo. E, quantos mais dias eles me deixarem lá, mais Lulas vão nascer neste

¹³ O local é tido como simbolicamente representativo da luta e resistência de Lula; em 1980, durante a ditadura no Brasil, o sindicalista fora preso por presidir a entidade e liderar greves.

país e mais gente vai querer brigar neste país, porque numa democracia, não tem limite, não tem hora para a gente brigar. Eu falei para os meus companheiros: se dependesse da minha vontade eu não ia, mas eu vou porque eles vão dizer, a partir de amanhã, que o Lula tá foragido, que o Lula tá escondido, e não! Eu não tô escondido, eu vou lá na barba deles pra eles saberem que eu não tenho medo, que eu não vou correr, e para eles saberem que eu vou provar minha inocência.

[...] Eles têm de saber isso.

E façam o que quiserem. Façam o que quiserem. Eu vou pegar uma frase que eu peguei em 1982 de uma menina de 10 anos em Catanduva, e essa frase não tem autor:

Os poderosos podem matar uma, duas ou três rosas, mas jamais poderão deter a chegada da primavera.

E a nossa luta é em busca da primavera (LULA DA SILVA, 2018).¹⁴

O discurso é finalizado com o ex-presidente sendo ovacionado e carregado nos braços de populares densamente aglomerados no local, conforme se pode divisar na foto de Francisco Proner (Figura 3), logo tornada símbolo de sua resistência. A foto, tomada nas circunstâncias mencionadas, funciona como elemento visual reiterativo das palavras verbalizadas em seu discurso: Lula, mesmo encarcerado, permaneceria entre o povo, deixando de ser mera presença física e tornando-se uma ideia, um imaginário sustentado por aqueles que com ele se identificam e encarregam-se de insistir na luta pela instalação/manutenção de uma memória coletiva influente e pela empreitada de retorno à “Era Lula”.¹⁵

¹⁴ Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/04/07/leia-a-integra-do-discurso-historico-de-lula-em-sao-bernardo/>.

¹⁵ Conforme estudo divulgado em fevereiro de 2010 pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (IBRE /FGV), “o período de junho de 2003 a julho de 2008 foi a fase de maior expansão para a economia brasileira das últimas três décadas”. Intitulando a manchete: *Era Lula’ foi a melhor fase da economia brasileira dos últimos 30 anos, diz FGV* (UOL: Economia, 2010).

Figura 3 – Fotografia que precede a prisão de Lula



Fonte: Registro realizado pelo repórter fotográfico brasileiro Francisco Proner – viralizado e amplamente veiculado por redes sociais e tradicionais meios de comunicação.

Pictoriamente, ao sugerir que tudo e todos convergem para Lula, a foto assevera o imaginário de liderança popular de sua figura política. Note-se que na figura os braços dos populares, vindos de todos os lados, mostram-se estendidos na direção do líder popular (o maior e mais expressivo do Brasil recente?). Lula, por seu turno – figurativizado e topicalizado na foto como elemento central, fundador –, estende também seu braço na tentativa de tocar em alguém. Assim como se pode observar no compêndio de imagens da Figura 1, exibido no início deste estudo, o gesto emanado de Lula mimetiza aquele contido na narrativa que se verifica no célebre afresco renascentista do artista florentino Michelangelo Buonarotti (Figura 4), “*A criação de Adão*”, pintado por volta de 1511 no teto na Capela Sistina (situada no Palácio Apostólico, residência oficial do Papa na Cidade-Estado do Vaticano). Ou seja, o simbolismo dessa imagem reforça a conexão criador/criatura, além de assegurar, sugestivamente, que Lula não abandonará o povo que o escolheu. A imagem revela a força do imaginário que, nos termos de Juremir Machado da Silva (2017), simboliza, depõe, subjetiva, opina, confirma, interpreta e questiona uma realidade inerente.

Figura 4 – A Criação de Adão (Michelangelo)



Fonte: *Cultura Genial*.

A afirmação de Lula: “Não adianta eles acharem que vão fazer com que eu pare, eu não pararei porque eu não sou um ser humano, sou uma ideia, uma ideia misturada com a ideia de vocês”, viria, então, a impulsionar o projeto de campanha de Fernando Haddad à presidência do Brasil. Se Lula é uma ideia coletiva, se “todos vão virar Lula e vão andar por este país”, a campanha do PT abraça esse imaginário e justapõe as figuras dos dois homens: o *slogan Lula é Haddad, Haddad é Lula*, operando por meio de um sistema de representações que constitui a linguagem de campanha amparado em estratégias enunciativas que reconhecem um já confirmado ou ainda potencial espectador/enunciatário/eleitor, projeta – e reverbera – um crivo de leitura sociocultural pensado para reafirmar o eleitorado cativo ou conquistar novos adeptos de Lula que, conseqüentemente, deverão votar em Haddad.

Coligação “O Povo Feliz de Novo”: Lula é Haddad é O Povo

A campanha eleitoral de 2018 para presidência do Brasil é inaugurada com 13 candidaturas, incluindo as chapas que disputariam o segundo turno eleitoral:

- Presidente: Luiz Inácio Lula da Silva / Vice: Fernando Haddad.¹⁶ Ambos do Partido dos Trabalhadores (PT); 2 minutos e 23 segundos disponibilizados no horário eleitoral gratuito das programações de rádio e televisão.
- Presidente: Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL) / Vice: Antônio Hamilton Mourão, do Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB); 08 segundos disponibilizados no horário eleitoral gratuito.

¹⁶ Com Lula impedido de concorrer à presidência, a candidatura reconhecida pelo TSE será a de Fernando Haddad (PT) e sua vice Manuela d’Ávila (PCdoB).

O Partido dos Trabalhadores foi o último partido a oficializar a candidatura presidencial, registrando como candidato o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 15 de agosto 2018, (publicação em “Diário da Justiça Eletrônico” em 17 de agosto). A candidatura de Lula é questionada, gerando um clima de incertezas em seus eleitores. Algumas alegações se proliferaram em torno da Lei da Ficha Limpa (a conhecida Lei Complementar nº 135, de 2010, aprovada no governo do PT), prevendo que uma pessoa se tornará inelegível após ser condenada por órgão colegiado da Justiça. No caso de Lula, já então condenado pelos três desembargadores da 8ª Turma do Tribunal Regional Federal da 4ª Região, mas ainda sem a decisão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que julgaria sua candidatura, seu nome na chapa manteve-se em suspensão.

No dia 31 de agosto o TSE decidiu, por 6 votos a 1, recusar o registro de candidatura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições de 2018. Na ocasião, o ministro Luiz Edson Fachin, o único a defender que o Brasil deveria seguir a recomendação do Comitê de Direitos Humanos da ONU¹⁷ a favor de Lula, não obteve apoio dos colegas ministros. Votaram contra: Luís Roberto Barroso; Jorge Mussi; Og Fernandes; Admar Gonzaga; Tarcisio Vieira de Carvalho Neto; e Rosa Weber, presidenta do Tribunal. Weber, embora contrária à candidatura de Lula, defendeu que enquanto ainda existissem possibilidades de recursos o candidato do PT não deveria ser retirado da campanha eleitoral e nem dos programas eleitorais exibidos no rádio e na televisão.

É nesse contexto, então, que as propagandas começam a ser veiculadas no horário eleitoral, enquanto o PT entra com recursos e insiste na candidatura de Lula, exibindo peças audiovisuais com o possível candidato à presidência; Haddad, enquanto candidato a vice-presidente (e que viria a assumir o lugar de Lula), inicia sua jornada na construção do seguinte imaginário: *Lula é Haddad, Haddad é Lula*. Imaginário que elabora, por meio do sensível e do inteligível, uma estrutura comunicativa ancorada em modos de se dar a ver. Os variados textos verbocovisuais produzidos e veiculados durante a campanha apresentam características enunciativas comuns que se reiteram durante os dois turnos. Nos termos da pesquisadora semiótica Ana Claudia de Oliveira,

¹⁷ “O Comitê de Direitos Humanos da ONU emitiu um comunicado ‘solicitando ao Brasil que tome todas as medidas necessárias para que o candidato do PT à Presidência nas eleições 2018, Luiz Inácio Lula da Silva, preso e condenado na operação *Lava Jato*, possa desfrutar e exercer seus direitos políticos, enquanto esteja na prisão, como candidato para as eleições presidenciais’. Num comunicado emitido em Genebra nesta sexta-feira, o órgão solicita que esse direito ‘inclua o acesso apropriado à imprensa e membros de seu partido político’” (CHADE, 2018). A recomendação da ONU ao Brasil seria negada tanto no que se refere ao registro de sua candidatura, quanto ao acesso à imprensa, negando-se a Lula o direito de conceder entrevistas e receber diversas visitas, incluindo, Mino Carta e Fernando Morais, que se apresentaram na sede da Polícia Federal na condição de amigos e não de jornalistas, uma vez que já sabiam das restrições impostas, e ainda assim não puderam ver o petista; em 1980, quando detido pelo regime militar durante 31 dias, Lula recebera a vista dos mesmos.

Mesmo podendo variar, tais textos têm como traço invariante que, para serem vistos por alguém, eles assumem uma posição de objeto, até passarem a assumir um fazer, um agir sobre outros sujeitos, ou seja, uma posição que *faz fazer*. Nesse caso, é como sujeito que o objeto visual toca o olhar e se impõe sobre os órgãos dos sentidos de quem olha. O texto visual é assim uma construção de linguagem, produzida por sujeitos com o propósito de *fazer* outros sujeitos, características que o define como de natureza manipulatória. “Manipular”, nesse contexto, não carrega em si nenhum valor negativo, e deve ser entendido como a ação de um sujeito sobre outro, a fim de, pelo emprego de dada estratégia discursiva, obter a adesão do parceiro (OLIVEIRA, 2005, p. 118).

Durante todo o tempo busca-se manipular o eleitorado de Lula, intencionalmente motivando-o a tornar-se eleitorado de Haddad. Mesmo quando ainda insistindo na candidatura de Lula, prevendo que não conseguiria tal feito a coligação aproveita-se do momento de suspensão para construir e fortalecer a imagem de Lula em justaposição a de Haddad; no primeiro programa eleitoral exibido na televisão (posteriormente publicado na plataforma *YouTube* com o título: *1º programa - #LulaPresidente*) uma voz *off*¹⁸ reitera: “começa agora o programa Lula Presidente, Haddad Vice”. Temos ali imagens de Haddad entre o povo, em campanha, narrando suas andanças pelo país e enfatizando a saudade que as pessoas demonstram sentir do tempo de Lula. Assim conhecemos Toinho de Silveira, do Povoado Tapuio - PI, um pescador que, em sua casa, relata a tristeza que seu povo sentiu com a prisão de Lula, lembrando como conseguiu comprar um motor para seu barco na *Era Lula* (rememora também o quanto sua rotina de trabalho melhorou, deixando o remo para trás); orgulha-se, mostrando emocionado a foto do filho, vestido com a beca da formatura: o filho do pescador humilde que conseguira diploma de ensino superior; falando das chances que Lula garantira aos desfavorecidos e do quanto os ricos “se zangaram”¹⁹, reivindica: “pobre também tem que ter oportunidade”. Com material de arquivo exhibe-se na tela a imagem do então candidato, acompanhada do texto LULA 13 – PRESIDENTE, juntamente com o discurso que viria a se reiterar nos próximos programas tanto por meio de sua voz, em imagens de arquivo, quanto na voz de Haddad: “O povo brasileiro precisa sonhar e levantar todo dia pra tornar o

¹⁸ Voz *off*: voz de um narrador invisível, exterior à cena, que narra e comenta conteúdos.

¹⁹ É de senso comum que as manifestações *pró-impeachment* da presidenta Dilma teriam sido aderidas, em maior extensão/ênfase, por integrantes da classe média brasileira.

seu sonho uma realidade. Nós já fomos o povo mais alegre, o povo mais otimista do mundo. Juntos, seremos capazes de reconstruir esse país economicamente e politicamente. Nós já provamos que é possível o Brasil ser melhor”. Haddad diz ter recebido de Lula a seguinte *missão*: rodar o país e conversar com as pessoas. Espécie de missionário incumbido de realizar o sonho de Lula e dos brasileiros, o candidato à vice-presidência revela sentir o carinho que o povo tem pelo ex-presidente e a fé na caminhada. Apresenta-se: “eu sou Fernando Haddad, vice-presidente de Lula. Vamos trazer o Brasil de Lula de volta”.

No primeiro programa da campanha temos elementos significantes que irão se repetir em todos os programas eleitorais do primeiro turno, num processo de efeitos de sentidos propulsor de experiências: voz *off* de um narrador desconhecido; imagens de arquivo de Lula (priorizadas, intercalando-se sempre anterior ou posteriormente às imagens de Haddad) em gravações de estúdio ou caminhando e interagindo com o eleitorado (num efeito espelho dado pelo conceito de imaginário de Maffesoli que atribui e reconhece em *um* as características do *outro* numa rede de identificações ideológicas); discursos que valorizam os tempos de ascensão do governo PT, liderado pelo presidente Lula, que oportunizou ascensão econômica, dando poder de consumo àqueles que viviam com dificuldades financeiras²⁰, oferecendo ao jovem pobre caminhos para ingressar na universidade com os programas (Prouni²¹, Fies sem fiador²², entre outros) criados pela gestão do Ministro da Educação Fernando Haddad,

²⁰ Os programas eleitorais vão sempre valorizar os feitos do Governo Lula: criação de 20 milhões de empregos, 36 milhões de pessoas saíram da miséria, o Brasil tornou-se a 6ª economia mundial e o país saiu do mapa da fome da ONU – no imaginário *Lula é Haddad, Haddad é Lula*, promete-se o retorno aos anos de desenvolvimento.

²¹ “O Programa Universidade para Todos - Prouni tem como finalidade a concessão de bolsas de estudo integrais e parciais em cursos de graduação e sequenciais de formação específica, em instituições de ensino superior privadas. Criado pelo Governo Federal em 2004 e institucionalizado pela Lei nº 11.096, em 13 de janeiro de 2005 oferece, em contrapartida, isenção de tributos àquelas instituições que aderem ao Programa. Dirigido aos estudantes egressos do ensino médio da rede pública ou da rede particular na condição de bolsistas integrais, com renda familiar *per capita* máxima de três salários mínimos, o Prouni conta com um sistema de seleção informatizado e impessoal, que confere transparência e segurança ao processo. Os candidatos são selecionados pelas notas obtidas no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) conjugando-se, desse modo, inclusão à qualidade e mérito dos estudantes com melhores desempenhos acadêmicos”. Disponível em: <http://prouniportal.mec.gov.br/o-programa>

²² “O Fundo de Financiamento Estudantil (FIES) é um programa do Ministério da Educação destinado a financiar a graduação na educação superior de estudantes matriculados em cursos superiores não gratuitas na forma da Lei 10.260/2001. Podem recorrer ao financiamento os estudantes matriculados em cursos superiores que tenham avaliação positiva nos processos conduzidos pelo Ministério da Educação.” Disponível em: <http://sisfiesportal.mec.gov.br/?pagina=fies>

que esteve conduzindo o Ministério por 7 anos, durante o governo Lula.²³ Pela via da montagem, criam-se enlaces – sempre entre Lula, Haddad e o Povo.

Será essa a comunicação estético-ideológica das peças audiovisuais: Lula sonhando com um país melhor para o povo, o povo sonhando com o país melhor de Lula, e Haddad tornando possível esse projeto. Alguns vídeos finalizam-se com o lema cantado por uma voz serena: É Lula, é Haddad, é o povo. É o Brasil feliz de novo, inferindo: é o projeto de Lula, é a missão de Haddad e o voto do povo que, juntos, conseguirão fazer o Brasil feliz de novo (Figura 5).²⁴

Figura 5 – Imagens da campanha audiovisual “O Povo Feliz de Novo”



²³ Exalta-se a parceria Lula/Haddad nos anos de governo petista no Brasil: Lula, ao escolher Haddad para conduzir o Ministério da Educação já teria acertado; Haddad conseguira provar ao povo brasileiro sua confiabilidade e competência, beneficiando, de acordo com os programas eleitorais televisionados, 2 milhões de estudantes com o ENEM, SISU, PROUNI, FIES sem fiador, além dos recursos garantidos para creches e da criação de 214 escolas técnicas, triplicando o investimento em educação.

²⁴ Toda a campanha presidencial da Coligação ‘O Povo Feliz de Novo’ é baseada na justaposição nostalgia/carinho; Haddad surge, neste contexto, como uma esperança, representando um projeto de inclusão e oportunidades; e o povo, esse que se mobiliza e abraça o candidato que teve a missão de rodar o país e trazer a esperança. O segundo turno é tomado pela militância de eleitores articuladores do movimento “vira voto”, que aderem à causa saindo às ruas para conversar com os indecisos; artistas ocupam lugares públicos para compartilhar palavras e afetos em prol da democracia representada por Fernando Haddad.



Fonte: Frames da campanha audiovisual da Coligação “O Povo Feliz de Novo”: as imagens sintetizam a estética do material de campanha, sustentado pelos pilares: Lula, Haddad e o Povo.

Em 11 de setembro, após terem sido negados todos os recursos para a candidatura de Lula, Haddad visita o companheiro de candidatura no cárcere da Polícia Federal, localizado no Paraná, em Curitiba, no bairro Santa Cândida. Após conversas e entendimentos com o ex-presidente, em ato público em frente ao prédio em que o líder do partido encontra-se detido, Haddad oficializa sua candidatura à presidência do Brasil, ao lado de Manuela d’Ávila, que então assume renunciada candidatura à vice-presidência na chapa da Coligação “O Povo Feliz de Novo” (PT/PCdoB/PROS).

O programa transmitido nesse dia, no horário eleitoral televisionado, publicado no *Youtube* com o título *Programa eleitoral #HaddadÉLula*, segue a mesma formatação estética dos vídeos anteriores: imagens de Lula, de Haddad e do Povo. Dessa vez, inicia-se com uma tela preta com um texto que é lido pela voz *off*: “Você já sabe que cometeram mais uma injustiça contra Lula. Um ato de violência, que contrariou a ONU e tirou o direito de o povo eleger seu candidato preferido. Mas Lula não vai desistir de lutar pelo Brasil. Lula pediu: vamos seguir juntos, unidos. Lula agora é Haddad 13”. Imagem de arquivo de Lula vem à tela (agora aparece apenas a legenda com o nome LULA e não mais, como antes, LULA 13 – PRESIDENTE ou LULA – APOIA HADDAD VICE).

O ex-presidente afirma ser a luta sua razão de vida e sustenta que ninguém, a não ser Deus, faria com que ele parasse de lutar e provar que é possível melhorar a vida das pessoas. A sequência é embalada pelo *jingle* “O Brasil feliz de novo”, apresentado já em outros programas, até que Haddad aparece na tela, agora com as letras de seu nome justapondo-se-lhe à imagem: HADDAD 13 – PRESIDENTE.

O recém-candidato à presidência lamenta o fato de Lula ser impedido de concorrer às eleições. Como porta-voz de Lula, transmite aos ouvintes o pedido deste último: “vamos continuar juntos, unidos. Vamos todos votar no 13. Para vencer as injustiças e fazer o Brasil feliz de novo”. Temos agora o depoimento de

Matheus Santana – servidor público e estudante de direito, de infância pobre, que ingressou na universidade pelo ENEM, e diz que “sim, é possível sonhar. É preciso sonhar. Oportunidades para todos.” Ele é Matheus, brasileiro, sua mãe é doméstica. A presença do homem comum, nas figuras do pescador no primeiro programa, Matheus agora, e outros eleitores durante os demais programas, convocando à luta, recrutando pessoas de diferentes lugares do Brasil e histórias de vida, é parte de uma série de estratégias que visam a conferir credibilidade ao discurso de denúncia e reforçar no imaginário popular a noção de que oportunidades outrora viabilizadas perderam-se por conta, especialmente, do que se passou no período Temer, após o resultado do dito *impeachment*; no *agora* crucial do momento eleitoral, portanto, urgia (re)unir-se em prol de uma causa maior e mais importante do que as diferenças.

Os demais programas eleitorais veiculados seguem praticamente a mesma linguagem e formatação até aqui explicitadas, posto que não se abandona a insistência no imaginário *Lula é Haddad, Haddad é Lula*. Isso aconteceria apenas na campanha de segundo turno, em que a estética é alterada e desvinculada da até então predominante figura de Lula. Haddad viria a deixar de ser o missionário, para tornar-se HADDAD, 13, o candidato à presidente.

Nessa breve tentativa de desvelamento de filmes publicitários da campanha da Coligação “O Povo Feliz de Novo”, procuramos demonstrar – ainda que fragmentariamente – alguns dos principais aspectos atinentes às propriedades enunciativas de campanha, uma vez que “a interpretação do imaginário pressupõe que seja preciso descobrir alguma coisa ‘escondida’ na aparência” (LEGROS et al, 2007, p. 110), esboçada inicialmente como a campanha LULA – PRESIDENTE, mas que desde seu lançamento (com o questionado registro de Lula como líder da chapa) rabisca e desenha a candidatura HADDAD – PRESIDENTE. Desde a primeira peça audiovisual, no plano do conteúdo e no da expressão constrói-se, objetiva e determinadamente, o imaginário do candidato presidencial, Fernando Haddad:

[...] o texto visual carrega sempre em sua estruturação uma posição de comprometimento com o que mostra e os modos como o mostra se marcam pelos tipos de interação que estrutura entre enunciador e enunciatário. As distintas ações desses parceiros, nas posições que ocupam, apontam para uma complexidade maior que ultrapassa uma oposição dual de papéis e elas mostram, na sua interação, que outras posições são passíveis de serem assumidas por esses sujeitos. Nesses desdobramentos, a posição de um age sobre a do outro, em um contínuo enredamento que sinaliza o fato

de que os parceiros também estão relacionados entre si, por uma pressuposição recíproca. Assim, o que cada um desses faz, tanto como sujeito quanto como objeto, implica necessariamente o fazer do outro, o que identifica a ocorrência entre eles de um tipo particular de relação (OLIVEIRA, 2005, p. 114-115).

Na movimentação dessa articulação relacional entre candidatos e eleitores, enunciadores e enunciatários, vislumbram-se, por meio de uma diversidade de estratégias de construção das audiovisualidades, Lula, Haddad e o Povo como personagens integrantes de um projeto diegético (do programa eleitoral audiovisual) e extradiegético (de um programa de governo), objetos e sujeitos de campanha, numa estreita correlação entre textos e contextos, simultaneamente (e quase em ato?) produzindo/vivenciando experiências – como sujeitos semióticos e políticos.

Considerações finais: da suplência à titularidade?

Fernando Haddad, docente vinculado ao Departamento de Ciência Política da Universidade de São Paulo (USP), instituição na qual se formou em Direito (1985), obteve mestrado em Economia (1990) e doutorou-se em Filosofia (1996), é ligado também ao Ensino Superior em Negócios, Direito e Engenharia (INSPER), instituição de ensino sem fins lucrativos. Foi ministro da Educação por 7 anos na chamada *Era Lula*, e prefeito de São Paulo entre 2013 e 2016. Inicia sua caminhada no primeiro turno das eleições 2018 como postulante à vice-presidência na chapa do presidenciável Lula, figurando em relação a este último como espécie de discípulo disposto a representar nas ruas o mestre encarcerado; finaliza a campanha de segundo turno, disputada com Jair Bolsonaro, com o saldo de 44,87% (47.040.819) de votos válidos contra o adversário que alcançou a vitória com 55,13% (57.797.456).

O candidato derrotado nas urnas perde em porcentagem, mas ganha em crescimento: tendo recebido de um ex-presidente circunstancialmente paralisado a missão de “rodar o Brasil” (expressão que permite alusão à letra da música *Roda Viva* de Chico Buarque, censurada nos anos de ditadura militar no Brasil, depois de decretado o Ato Institucional nº 5 (AI-5) “... roda mundo, roda-gigante; rodamoinho, roda pião; o tempo rodou num instante; nas voltas do meu coração.”), acolheu ao pé da letra o pedido e rodou pelos quatro cantos do país. Bem olhado, diríamos, fez mais que isso: em meio a um inegável clima em que se misturavam os ventos de anacronismos sufocantes, recrudescimento de preconceitos excludentes que se imaginava em vias de extinção (?), e caricatos

autoritarismos ressuscitados dos porões sinistros de quartéis de outros tempos, colocou-se na subversiva posição de representante da democracia. Impossibilitado de trocar ideias ou o que quer que fosse com o oponente que no segundo turno recusa-se, obstinadamente, a participar de todo e qualquer debate²⁵ promovido por emissoras televisivas e que tais, Haddad viria, então, oportunamente, a figurativizar a comunicação e o estar junto, compartilhando propostas – factíveis ou nem tanto, mas sempre se dispondo a discutir com eleitores.

É possível afirmar que a campanha audiovisual de primeiro turno da Coligação “O Povo Feliz de Novo”, no plano do imaginário, buscou aproximar Lula, Haddad e o Povo, criando uma dinâmica próxima daquilo que Maffesoli traduz como elementos racionais e oníricos dados pelo desejo de estar junto, fundado no afetivo e no laço social: “o imaginário, mesmo que seja difícil defini-lo, apresenta, claro, um elemento racional, ou razoável, mas também outros parâmetros, como o onírico, o lúdico, a fantasia, o imaginativo, o afetivo, o não racional, o irracional, os sonhos, enfim, as construções mentais potencializadoras das chamadas práticas” (2001, p. 77). No plano do imaginário político, convence-se pelo racional, mas também pela emoção, pela gratidão e reconhecimento no caso aqui em análise, que parte do povo brasileiro expressa em relação aos consideráveis avanços conquistados por programas sociais desenvolvidos durante os anos de governo petista, pelos incrementos obtidos, entre outros, no âmbito da prevenção, saúde e educação.

Se é notável que a campanha na fase do primeiro turno investe pesado na nostalgia²⁶, cumpre observar também o fato de que, ao fim e ao cabo, ela não deixa de acertar no futuro, na relação que Haddad constrói com o Brasil. A proposição *Lula é Haddad, Haddad é Lula*, amplia-se em 28 de outubro, na esteira das palavras proferidas pelo candidato em discurso após os resultados do segundo turno: agora Haddad “é o Professor que não foge à luta” (alusão aos filhos da terra mencionados na letra do hino nacional brasileiro).

Haddad transforma-se, no elo que busca perfazer entre Lula e o Povo e dá-se a ver como protagonista de um projeto que pretende viabilizar um Brasil “feliz de novo”: ele e determinados segmentos da população endossam, em maior ou menor grau, as premissas do dito ‘Brasil de Lula’ e partilham “uma filosofia de vida, uma

²⁵ Atitude típica, vale lembrar, das que se verifica em posturas autoritárias adotadas pelas mais diversas modalidades de ditadura: desqualificar o outro, peremptoriamente, infantilizando-o e/ou ignorando-o.

²⁶ A campanha da Coligação ‘O Povo Feliz de Novo’ aproxima-se do conceito de “nostalgia ativa”, que para a pesquisadora Talitha Ferraz (2017, p. 115), pode “dar base aos ensejos, justificativas, discursos, ações e caminhos de tais mobilizações, engajando-se em um amplo campo de forças, no qual vetores variados se entrecruzam em meio à produção das cidades”.

linguagem, uma atmosfera, uma ideia de mundo, uma visão das coisas, na encruzilhada do racional e do não-racional” (MAFFESOLI, 2001, p. 80). Em momentos decisivos no desenrolar dos acontecimentos que tiveram lugar antes e/ou depois da derrota nas urnas, o candidato se pronuncia, em inesperado ímpeto, e se revela não como mero portador, mas como efetivo proponente de nova missão, não mais a de cumprir a promessa feita a Lula, comprometendo-se a “rodar o país”: trata-se agora, diferentemente, de um compromisso seu assumido junto ao povo, firmado no discurso de 28 de outubro, quando garante, logo em seguida à divulgação dos resultados da votação, “eu coloco a minha vida à disposição desse país [...] olhando nas ruas desse país, em todas as regiões, eu senti uma angústia e um medo na expressão de muitas pessoas, que às vezes chegavam a soluçar de tanto chorar. Não tenham medo, nós estaremos aqui, nós abraçaremos a causa de vocês, contem conosco, coragem, a vida é feita de coragem, viva o Brasil”. Exageros grandiloquentes à parte, se no decorrer da campanha Haddad (o candidato alternativo, *suplente*) defendia junto a seus potenciais eleitores o projeto do país de Lula (o candidato original, *titular*), ao final do pleito o político, o professor, o homem Fernando Haddad se dá a ver abraçando uma proposta de trajetória outra, que transcende a tentativa (frustrada) do resgate (impossível). Abandonando o discurso de exaltação ao “isto foi”, apropria-se de um discurso de oposição autônomo que prioriza, madura e atentamente, aberta disposição a enfrentamentos que se fazem urgente – visando ao “isto será”. Lula é o Povo. Haddad é o Povo.

REFERÊNCIAS

CULTURA GENIAL. **A Criação de Adão de Michelangelo**, 2018. Disponível em: <https://www.culturagenial.com/a-criacao-de-adao-michelangelo/>. Acesso em: 5 nov. 2018.

CHADE, Jamil. Comitê da ONU pede que Brasil garanta candidatura de Lula. **TERRA**, 2018. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/eleicoes/comite-da-onu-pede-que-brasil-garanta-candidatura-de-lula,fa47383e9b86eee19879831ccce7e4eovg5orzvk.html>. Acesso em: 03 nov. 2018. <https://doi.org/10.2307/j.ctvn96fnp.29>

COLON, Leandro. HAUBERT, Mariana. Dilma liberou créditos, mas não agiu em pedaladas, diz perícia do Senado. **Folha de São Paulo**, 2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/06/1786059-dilma-agiu-para-liberar-credito-mas-nao-em-pedaladas-diz-pericia-do-senado.shtml>. Acesso em: 3 nov. 2018. <https://doi.org/10.11606/d.9.2016.tde-11072016-110536>

FERRAZ, Talitha. As potências da “nostalgia ativa” na luta pela salvaguarda do Cine Vaz Lobo. **Revista ECO-Pós**, v. 20, n. 3, p. 111-133, 2017. <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v20i3.14476>

FGV: 'Era Lula' foi melhor fase da economia brasileira dos últimos 30 anos. **UOL: Economia**, 2010. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2010/02/11/era-lula-foi-a-melhor-fase-da-economia-brasileira-dos-ultimos-30-anos-diz-fgv.htm>. Acesso em: 3 nov. 2018. <https://doi.org/10.5151/9788580391237-08>

JEREISSATI, Tasso. Tasso Jereissati: 'Nosso grande erro foi ter entrado no governo Temer'. **Estadão**, 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,nosso-grande-erro-foi-ter-entrado-no-governo-temer,70002500097>. Acesso em: 25 out. 2018. <https://doi.org/10.12957/emconstrucao.2018.37665>

LEGROS, Patrick; MONNEYRON, Frédéric; RENARD, Jean-Bruno; TACUSSEL, Patrick. **Sociologia do imaginário**. Tradução Eduardo Portanova Barros. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LULA DA SILVA, Luiz Inácio. Uma Visão Popular do Brasil e do Mundo. **Brasil de Fato**, 2018. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/04/07/leia-a-integra-do-discurso-historico-de-lula-em-sao-bernardo/>. Acesso em: 20 out. 2018. <https://doi.org/10.17771/pucrio.acad.35192>

MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. **Revista Famescos**, Porto Alegre, v. 8, n. 15, p. 74-82, 2001. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2001.15.3123>

OLIVEIRA, Ana Claudia Mei Alves de. Visualidade, entre significação sensível e inteligível". **Educação & Realidade**, v. 30, n. 2, 2005.

PROUNI. Programa universidade para todos. **O programa**. MEC. Disponível em: <http://prouniportal.mec.gov.br/o-programa>. Acesso em: 29 out. 2018. <https://doi.org/10.24824/978854440492.8>

FIES. Programa de financiamento estudantil. **O que é o FIES**. MEC. Disponível em: <http://sisfiesportal.mec.gov.br/?pagina=fies>. Acesso em: 29 out. 2018. <https://doi.org/10.17771/pucrio.acad.25516>

PROGRAMAS #HADDADPRESIDENTE. **YouTube**, 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLluQo1Wc9jsUSiyg8Q6WeYAmfPMdkF980>. Acesso: 29 de out. de 2018.

RESULTADOS PARA PRESIDENTE DO BRASIL (2º turno). **ELEIÇÕES 2014**, 2014. Disponível em: <https://www.eleicoes2014.com.br/candidatos-presidente>. Acesso em: 29 out. 2018.

Sentença Lula. **Ministério Público Federal**, 2017. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/para-o-cidadao/caso-lava-jato/atuacao-na-1a-instancia/denuncias-do-mpf/documentos/LulaSENT1.pdf/view>. Acesso em: 20 out. 2018.

SILVA, Juremir Machado da. **Diferença e descobrimento**. O que é o imaginário? A hipótese do excedente de significação. Porto Alegre: Sulina, 2017. <https://doi.org/10.19177/memorare.v4e2-i2017192-200>

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe**: entenda como e por que você foi enganado. Rio de Janeiro: LeYa, 2016.

Dados da autora:

Sandra Fischer Correio - e-mail: sandrafischer@uol.com.br

Pós-doutora em Cinema pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) e doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Docente e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP).

Dados da autora:

Aline Vaz - e-mail: alinevaz900@gmail.com

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP). Pesquisadora associada ao GRUDES (PPGCom-UTP / CNPq). Bolsista CAPES/PROSUP.

Dados do autor:

Tarcis Prado Júnior - e-mail: tarcisjr@yahoo.com.br

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Pós-doutorando em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná. Membro do Grupo de Pesquisa JOR XXI da UTP.

Endereço dos autores:

Universidade Tuiuti do Paraná, Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas - Rua Sydnei Antonio Rangel Santos, 238 Bairro Santo Inácio - Curitiba/Paraná, Brasil.