

TITULO: LULA A IMAGEM DE UM MITO

RESUMO (ABSTRACT)

Procura este trabalho evidenciar, através de uma análise cronológica, a imagem nacional criada pelo Candidato Lula, dentro de preceitos estabelecidos pelo Marketing Político/Eleitoral, envolvendo desde a história de vida, até a postura, hábitos, linguajar, roupa, tom de voz, dicção e costumes do cidadão Lula, que reforça sempre a imagem do homem simples, das quatro imagens consagradas e possíveis para um candidato, estabelecido pelo marketing político (Herói, Pai, Líder Charme, Homem Simples).

O artigo procura mostrar que desde o local do nascimento, até a chegada a sua vitória eleitoral, fatos e situações beneficiaram o candidato, sempre reforçando essa imagem, que afinal, foi a que o consagrou e a que interferiu no processo eletivo. As experiências no Sindicato, sua prisão, e suas posições políticas e sociais faziam para a mídia um prato cheio para suas pautas e reforçavam o alcance nacional. A divulgação destas entrevistas e posições sedimentam a cada dia de sua vida, a imagem do operário preocupado com as questões sociais.

PALAVRAS CHAVES:

Marketing Político, Lula, Imagem pública política, Campanhas Eleitorais, Propaganda Eleitoral.

KEY WORDS

Political marketing, Lula, Political Public Image, Electoral Campaigns, Electoral Propaganda.

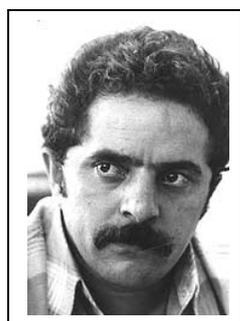
PALABRAS CLAVE

Mercadotecnia político, Lula, Imagen Pública Política, las Campañas Electorales, Propaganda Electoral.

LULA A IMAGEM DE UM MITO.

Carlos Manhanelli.
Roberto Gondo.

Na última campanha eleitoral para Presidente da República, o ponto mais importante da estratégia da campanha eleitoral do candidato Lula, a nosso ver, foi a fixação da imagem, em acordo com a expectativa das pessoas e com a sua verdade.

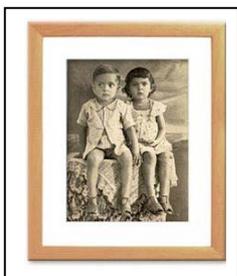


Das quatro imagens possíveis de um candidato (Herói, Pai, Líder Charme ou Homem Simples) conforme define o Prof. Cid Pacheco em palestra proferida no ano de 2.000 no Congresso Brasileiro de Consultores Políticos, Lula trabalhou a imagem de homem simples que é a sua verdade (O líder que surge das massas para comanda-las). Aliás, é esta imagem que desde o começo de seu trabalho político ele vem trabalhando e reforçando, sendo usada nas suas campanhas eleitorais desde 1982.

Para entender a imagem que o candidato Lula passa a seus eleitores, temos que conhecer a história desse homem.

História de Vida

Lula nasceu em Várzea Comprida – Pernambuco distrito de Garanhuns, mas já foi distrito de Caetés. Nas duas cidades Lula tem parentes. Oitavo filho da família Silva (o caçula) teve uma infância difícil, trabalhava na lavoura, não frequentava a escola e o pai tinha deixado o agreste para tentar a vida na cidade grande. (só começou a ser alfabetizado com 10 anos de idade)



Dona Euridice, sua mãe, ainda viveu no sítio durante cinco anos depois também migrou para São Paulo fugindo da fome e da seca.

Deixando o sertão nordestino na década de 50, nada era fácil para as famílias de migrantes. Para a família de Lula, não foi diferente. Depois de vender o sítio, foram de caminhão “pau de arara” para São Paulo. O pai estava em Santos, trabalhando no porto. Chegando na cidade, descobriram que ele tinha constituído outra família.

A Formação da imagem de homem simples oprimido pela Burguesia

Lula começa a trabalhar como engraxate, e aos 12 anos já faz entregas para uma lavanderia. Aos 14 consegue seu primeiro emprego com carteira assinada, em uma metalúrgica. Apesar de trabalhar 12 horas por dia, Lula tem tempo para fazer um curso de torneiro mecânico no Senai, terminado em 1963. No ano seguinte, começa a trabalhar na Metalúrgica Aliança, no turno da noite. É um trabalho pesado. É nessa ocasião que um colega dorme alguns segundos e sem querer fecha a prensa atravessando a mão esquerda de Lula, que perde o dedo mínimo.

Cronologia: Aparece um líder Sindical

Em 1966, Lula entra para o sindicato pelas mãos de seu irmão maior, Frei Chico, que inicia Lula em sua paixão pela política.

Participa da chapa que disputa as eleições no Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema e é eleito primeiro secretário em 1972.

Entre 1975 e 1978, Lula é duas vezes o Presidente eleito do sindicato e leva os metalúrgicos as greves do ABC, em pleno regime militar.



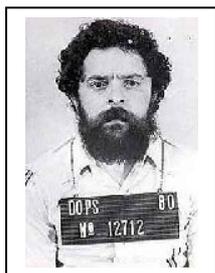
Em 10 de Fevereiro de 1980, elabora o manifesto que cria o PT – Partido dos Trabalhadores. Lula funda o PT juntamente com outros trabalhadores, intelectuais, acadêmicos e anistiados pelo regime.

1983 - Lula participa da fundação da Central Única dos Trabalhadores (CUT). No ano seguinte, o PT está na origem da campanha “Diretas Já”, defendendo o direito do

povo votar para Presidente da República.

Formação de uma imagem nacional

Lula foi preso em 1980, por comandar greves. Eram os anos de chumbo da ditadura militar. Quando estava na prisão morreu sua mãe. Seu pai alcoólatra havia morrido anos



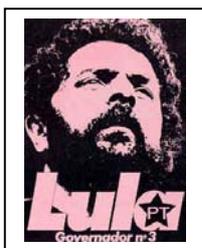
atrás e acabou sepultado como indigente. As rádios, os jornais e a televisão dão destaque a prisão de Lula. Quando é solto, depois de 31 dias, é recebido com festa na sua volta pra casa e a imprensa destaca suas declarações “Vamos continuar brigando, primeiro para o restabelecimento da democracia nesse país, e continuar brigando para que os trabalhadores conquistem aquilo que eles reivindicavam, e que o governo não entendeu”patavina” nenhuma e que os empresários não entenderam” A criação do PT, da CUT e a participação das diretas já, dão projeção e destaque nacional a Lula. Os meios de comunicação

fazem grande repercussão, desde sua prisão, a tudo que ele fala, faz ou é atingido. Sua opinião nas redações são sempre bem vindas. Desde sua prisão até a sua primeira campanha vitoriosa para Presidente, Lula trabalha a imagem do homem simples e trabalhador. São mais de 20 anos em atitudes e postura que reforçam essa imagem, colaborando com sua eleição em 2002.

Para muitos especialistas, essa foi uma das grandes dificuldades de seus opositores nas campanhas presidências (Serra e Alckimin) que tinham apenas imagem política no estado de São Paulo, carecendo de uma imagem consolidada em todo território nacional.

Candidato a governo de São Paulo

Lula participa da campanha eleitoral de 1982, como candidato a governador de São Paulo. Essa eleição é a primeira depois da abertura política e a lei Falcão, resquício do regime militar, não permite o discurso dos candidatos na televisão e no rádio. Os partidos políticos apenas apresentavam a fotografia de cada candidato, enquanto seu currículo e seu plano de governo era lido por um locutor. O PT disputou sua primeira eleição, desfilando e desafiando no vídeo. Os melhores eram aqueles que,



anistiados, haviam enfrentado o regime com armas. O slogan da campanha era; “Vote 3 o resto é burguês”.

Influencia externa



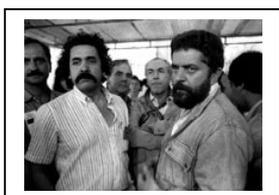
Che Guevara era o grande inspirador do PT. A própria estrela vermelha, deriva da estrela usada na boina do famoso guerrilheiro. A barba como símbolo de rebeldia, os ideais socialistas eram códigos que todos os militantes respeitavam e usavam.



Em 13 de dezembro de 1981, os líderes do sindicato polonês Solidariedade e dos sindicatos são presos em seu país. O grande líder Wałęsa permanece em prisão residencial por onze meses. Centenas de pessoas são consideradas suspeitas. O governo declara que o Solidariedade será oficialmente fechado. Porém, o povo polonês continua a luta contra o regime.

Polônia, Solidarnosc – o sindicalista Lech Wałęsa em 10 de dezembro de 1983 recebe o prêmio Nobel da Paz – em 06 de dezembro de 1990 é eleito Presidente da República.

Erros: Líder de uma oposição inconseqüente



A imagem de homem simples vem acompanhada do revolucionário, representando a luta armada. O ódio e a raiva no tom da voz, a postura e as roupas usadas, embasam a figura do trabalhador e do revolucionário. O eleitorado, que acaba de sair de um período de ditadura militar, tem medo. Para trabalhar esse medo, detectado pelas pesquisas no eleitorado, coloca-se como mensagem principal na campanha de 1990 “Sem medo de ser feliz” cantado nos Jingles e referenciado em todas as peças publicitárias desta eleição.

Participação de Lula em campanhas eleitorais – Cronologia

O caminho do sindicato dos metalúrgicos do ABC até a Presidência da República foi longo e teve vitórias e derrotas nas urnas.



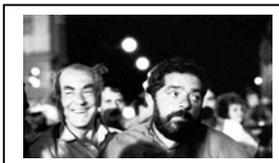
A estréia de Lula como candidato foi nas eleições de 1982 ele disputou as eleições para governador de São Paulo. O PT engatinhava e com uma plataforma radical, Lula procurava se diferenciar dos políticos tradicionais que disputavam a eleição. De camiseta, o Lula candidato dava assim o seu recado nas eleições daquele ano “Companheiro trabalhador vote no 3 que o resto é burguês” Lula perdeu a eleição, mas em 1984 estava ao lado de grandes nomes políticos de todos os partidos do Brasil, em palanque defendendo as “Diretas Já” liderando grandes comícios. Mas a emenda das diretas não foi aprovada.



A primeira vitória de Lula e do PT vem nas eleições para constituinte, em 1986 ele foi eleito o deputado mais votado do país com 650.000 (Seiscentos e cinquenta mil) votos.

O grande salto vem nas primeiras eleições diretas para Presidente depois da ditadura militar em 1989. Lula foi para a disputa “sem medo de ser feliz”. Era o slogan da campanha. Lula surpreendeu políticos tradicionais que disputavam a eleição (Covas, Brizola) e chega ao

segundo turno contra Fernando Collor. A imagem de líder sindical, ainda assustava os patrões. Empresários prometiam deixar o País se Lula ganhasse, havia também resistências fortes na classe média mais conservadora.”As pessoas me dizem que a classe média tem medo de mim. O que é ser classe média? Ir a um restaurante uma vez por semana?, tomar uma cervejinha de vez em quando com os amigos?, ir a praia?. Ora isso é pra todo mundo” – dizia o candidato do PT. Lula promete suspender o pagamento da dívida externa do País.



Nos últimos dias de campanha Lula cresce e encosta em Collor que liderava todas as pesquisas. Collor recorre a ataques contra a vida pessoal de Lula, com a famosa declaração da enfermeira Miriam Cordeiro. A chance de vitória de Lula escapa no último debate.- “O deputado do PT no dia 29 de dezembro de 1985, concede uma entrevista ao jornal Folha de São Paulo que diz assim: Lula defende até a luta armada. Eu sou contra a luta armada, eu sou contra a violência” diz Collor no debate, mostrando o jornal com a entrevista de Lula.

Lula perde, mas sai da eleição com quase metade dos votos e consagrado como líder da oposição.

Lula embarca numa caravana pelo País (caravana da cidadania), que pavimenta sua nova candidatura a Presidência da República. Descobre realidades desconhecidas pela maioria dos brasileiros. A vida dos seringueiros na Amazônia, dos cortadores de babaçu no nordeste, do peão da fronteira do sul do País.

Mas, enquanto Lula viaja pelo País, o sociólogo Fernando Henrique Cardoso vira ministro da fazenda, cria o Real, derruba a inflação e vira candidato a Presidência numa aliança do PSDB com o PFL (DEM). O PT menospreza o poder do Real. Acusa o plano de durar apenas a época das eleições. Lula que era o favorito no início da campanha, assiste a ascensão de Fernando Henrique, impulsionado pela nova moeda. Aliados que foram no movimento diretas já, agora antagônicos na postulação do cargo de Presidente da República.

Fernando Henrique vence prometendo estabilidade e o fim da inflação que atormentava os brasileiros. Começa a era FHC.



Entre uma campanha e outra, Lula organiza o PT, e faz o que mais gosta, passar horas conversando com os velhos amigos de São Bernardo. Em 1998 a derrota já era anunciada. Lula foi de novo candidato e perdeu no primeiro turno a disputa para a Presidência. Fernando Henrique é reeleito. O PT descobre que é preciso mudar.

- 1982 – Governo de São Paulo
- 1986 – Deputado Constituinte (eleito)
- 1989 – Presidente da República x Collor
- 1993 – Presidente da República x Fernando Henrique Cardoso
- 1997 – Presidente da República x Fernando Henrique Cardoso
- 2001 – Presidente da República (eleito) x Serra
- 2005 – Presidente da República (reeleito) x Alckmin

Atenua a imagem. Primeira campanha vitoriosa para Presidente – 2002.

A comunicação de Lula trabalha a sua imagem, acabando com a tonalidade de fúria e raiva e transformando-se no “Lulinha paz e amor”. Liga-se a essa imagem pessoal do candidato, a imagem criada para o partido como ético, moral e o único com verdadeiras

preocupações sociais. Mensagem trabalhada “Quero um Brasil decente”. Jingle: “Agora é Lula”

Nesta quarta tentativa de chegada a Presidência da República, Lula escolhe um empresário como candidato a vice na sua chapa. Na propaganda poucos ataques e muitas propostas. O candidato assume o “Lulinha paz e amor”. - “O Lula, o PT, o movimento sindical se adequou aos novos tempos” afirma Jair Meneguelli Presidente da CUT na época.



Lula lidera a campanha desde o início, recebe adesões de empresários, promete um governo de crescimento e entendimento. Enquanto os adversários brigam pelo segundo lugar, Lula lidera nas pesquisas, mas apesar da grande vantagem, a vitória não acontece no primeiro turno. A onda vermelha que varre o país dá ao PT a maior vitória da história do partido. O PT elege a mais numerosa bancada de deputados federais (91) e dobra o número de Senadores (10), ainda elege dois governadores no primeiro turno. Lula começa as três últimas semanas do segundo turno com boas notícias. Recebe o apoio dos dois principais candidatos derrotados (Ciro Gomes e Garotinho). A campanha Petista bate na tecla da mudança. Jose Serra, seu adversário, diz que a vitória petista poderia colocar o Brasil no caminho da Argentina ou da Venezuela, dois vizinhos marcados pela crise e instabilidade naquele momento.



Com larga vantagem nas pesquisas, Lula prefere muitas viagens pelo Brasil e apenas um debate. Afinal, uma das regras de ouro em campanhas eleitorais é de que quem está com uma diferença significativa e vantajosa nas pesquisas, não deve se expor em debates (mesma estratégia usada por Collor de Melo). Para acalmar o mercado que vive a turbulência da mistura do aumento do dólar, alta de juros e risco de inflação, Lula se reúne com empresários e promete autonomia operacional para o presidente do banco central e regras claras para o mercado. Um ambicioso projeto retorna a agenda política do País. Pacto social entre trabalhadores e empresários.

Que outras mensagens impactaram os eleitores em 2002?



Chegou a hora Brasil agora é Lula.

Esse será o país da produção e não o país da especulação

O País do trabalho sério e do lucro justo e não o País dos aproveitadores

Criar condições para os jovens estarem empregados, essa é a melhor maneira de afastar os jovens das drogas e do crime.

Primeiro mandato – O partido do Presidente.

Em seus primeiros meses de governo, Lula levou as primeiras páginas dos jornais a cara mais africana do Brasil. Fez uma viagem pelas regiões mais pobres com todo o gabinete, para que seus ministros de “bom berço” sentissem o cheiro da pobreza.



Esse pragmatismo e sua extraordinária sintonia com as massas, que o vê como um “filho do povo”, que fala a mesma língua e até comete os mesmos erros de dicção do homem simples, o distancia dos escândalos, apesar dos ataques da oposição que faz o possível para envolvê-lo.

Que mensagens impactaram os eleitores na campanha de reeleição – 2006?

A conexão com os pobres é sintetizada e reforçada com o slogan da campanha “Lula de novo, com a força do povo” usada em todas as peças publicitárias.



A letra do Jingle deixa claro o apelo:

“O Brasil quer seguir em frente
Com o primeiro homem do povo presidente
Ele sabe governar com coração
E governa pra todos com justiça e união
É o primeiro Presidente
Que tem a alma do povo
E tem a cara da gente

É Lula de novo
Com a força do Povo (bis)”

Como se comportou sua equipe de campanha?

Até meados de 2005, ninguém duvidava de que Lula ganharia uma nova eleição se fosse candidato. Porém apareceu um adversário inesperado: um dos maiores escândalos de corrupção que se recorda o Brasil, centrado no PT e em muitos de seus mais fiéis escudeiros.



Apareceu então o Lula mais pragmático. Se disse traído, desvinculou a imagem do Governo da imagem do PT. Paulatinamente troca membros do governo de seu partido, para dar ingresso aos partidos de centro e de direita e sustenta que “jamais foi um homem de esquerda” mas “somente um sindicalista”.

Nesta época, concedi entrevista ao jornal “El País” da Espanha sobre esse escândalo afirmando que “Lula está blindado não só por membros de seu partido, dispostos a sacrificarem-se por ele, mas também pela própria oposição, que o tem colocado acima de qualquer suspeita” “O desgaste tem sido do PT e aqui, como na maioria dos países da América Latina, se vota na

peessoa e não no partido, por isso, esse desgaste que é atribuído ao PT, não inviabilizará a vitória de Lula nesta reeleição” afirmei nessa entrevista de 11 de julho de 2005.

Entrevista do Prof. Manhanelli ao periodico " El Pais" Espanha segunda 11 de Julho de 2005

“Lula está blindado no sólo por los miembros de su partido, dispuestos a sacrificarse por él, sino también por la propia oposición, que le ha puesto por encima de toda sospecha” explica Manhanelli.



“Sin Lula, el PT no puede ganar, es muy difícil. Aquí, el igual que ocurre en otros países de América Latina no se vota al partido. Sino al persona.” assegura Manhanelli, quien apuesta a que a mandatário brasileiro podrá recuperar-se de los golpes de imagen propiciados durante esta semana conta su formación.

Lula tine previsto presentar-se a la reelección y en opinión de los expertos la clave del éxito estribará en mantener su credibilidad ante el electorado, algo garantizado a corto plazo – cuando los escándalos son más presentes en los

medios de comunicación, ao menos por la oposición, que no le apunta directamente. “Y no lo hará porque le conviene mantener al PT fragil y al presidente pendiente de la crisis”, opinia Manhanelli.

La nueva dirección del PT, consiguió la victoria electoral en apenas 10 años, pero, según se está demonstrando, no supo administrar esa vitória. El Experto en Mercadotecnia Política, Carlos Manhanelli, Tiene su propia teoria. “El problema del PT es que su escuela de Gobierno siempre a sido la oposición. Se ha preparado siempre para estar en la oposición y cuando llegó al poder no estaba preparado y, lo que se es peor, apartó a los militantes que sí estaban preparados. No tenían ni idea”.

Quais foram às estratégias de comunicação na campanha de 2006?



Abandona o vermelho e minimiza a estrela vermelha do PT

Destaca o voto mais na pessoa do Presidente e menos no partido

Fortalecimento da imagem do homem simples, através da postura e do discurso, evidenciando que as acusações eram da elite que não queria um operário no poder.

O numero do partido (13) aparece com as cores da bandeira do Brasil e não mais com o “PT vermelho”.

A campanha se distancia do partido.

Outros fatores da vitória.

A introdução do programa “Bolsa Família” que na realidade foi implantado por FHC, mas com operação através das Prefeituras, que desvirtuaram o programa, Lula coloca o programa sob sua guarita e envia o recurso direto do governo federal para os beneficiados, através de cartões magnéticos. Vira “O dinheiro que vem do Lula”. Outros programas somam-se a esse,



como a regulamentação e conseqüente diminuição dos preços de materiais de construção, que levam as classes menos abastadas a construir ou aumentar sua residência, também servem de arma para persuasão dos eleitores.

Seus adversários nas duas campanhas (Serra e Alckmin) não apresentam uma imagem nacional forte o suficiente para ultrapassar a consolidada imagem de homem simples do candidato Lula, e Lula é reeleito em 2006 com 60,38% dos votos (58.295.042 votos).

Avaliação do governo Lula em Abril de 2007.

Jornal O Estado de São Paulo – 11 de Abril de 2007.

“Avaliação positiva do presidente vai a 63%”

Na mesma matéria, frase do cientista político Carlos Melo “a questão toda está em torno da imagem do Lula, que aparece como aquele que está tentando fazer as coisas darem certo. As ações sociais, como a Bolsa-Família, parecem anular os efeitos perniciosos de outras políticas do governo”

O Futuro candidato a Presidente da República.

Lê monde trata Aécio Neves como futuro Presidenciável.

O periódico francês trás o perfil do governador de Minas Gerais. Para o periódico a Presidência da República parece ser o “destino inevitável” para Aécio.

Abaixo do título “uma arena para Lula a sucessão”, o periódico francês “Lê Monde” um dos mais influentes da Europa, apresentou um perfil do governador de Minas Gerais, Aécio Neves. O informe descreve o político de oposição de “encantador”. O sorriso espontâneo, a simpatia e para quem a presidência parece ser um destino inevitável.

Aécio Neves, 46 anos, ocupa a sessão “Retrato”, especializada em personalidades de destaque pelo mundo. O informe precede de uma linha de tempo em que destacam seis datas consideradas importantes na vida do governador. Entre elas consta o trabalho como secretário do avô, Presidente Tancredo Neves, o primeiro mandato como deputado federal, a presidência da câmara dos Deputados e as duas eleições para o governo mineiro.



O jornal apresenta o percentual obtido pelo político nas últimas eleições como destaque: os 73% de apoio popular são, segundo o texto, “um verdadeiro plebiscito para seu segundo mandato”.

Mote principal das campanhas de Lula

O grande motivador de Lula para enfrentar todas as dificuldades para chegar a Presidência da República, pode ser sintetizada numa só frase, proferida por ele quando da comemoração de sua eleição em 2002, no discurso da vitória na Av. Paulista em São Paulo:

“Gesto tão ou mais simbólico do que ganhar a Presidência da República é a gente provar a quem quer que seja uma frase que eu disse em 1979: Que ninguém nunca mais ouse duvidar da classe trabalhadora do Brasil”.

BIBLIOGRAFIA

Vídeo: Radio e Televisão Bandeirantes Documentário **Lula o Presidente**, a trajetória de um vencedor – 2003

Vídeo: Direção João Moreira Salles **Entreatos** – 2004

MANHANELLI, Carlos A **Estratégias Eleitorais** – Marketing Político. 5ª edição São Paulo – Summus, 1988

____ **Eleição é Guerra** – marketing para campanhas eleitorais. 3ª edição São Paulo – Summus, 1992

____ **Marketing Pós-Eleitoral** – Marketing para um mandato de sucesso 1ª edição São Paulo – Summus - 2004

FIGUEIREDO, Rubens (org). **Marketing Político e Persuasão Eleitoral** 2ª edição, Rio de Janeiro – Fundação Konrad Adenaur - 2002

LULA PRESIDENTE :Informações sobre o PT disponível em: www.pt.org.br acesso em 20 de julho de 2007.

QUEIROZ, Adolpho (org) **Na Arena do Marketing Político** 1ª edição São Paulo Summus Editorial.