

Da expectativa de vitória à derrota: estratégias discursivas do PT em Curitiba e Porto Alegre em 2004

Havia uma grande expectativa em relação às eleições municipais de 2004¹. Afinal, tratava-se do primeiro pleito depois que o PT chegou ao Governo Federal em 2002. O que mais instigava era a dúvida sobre a estratégia discursiva do partido nos municípios: O PT manteria o tom moderado que vinha adotando ou investiria num discurso oposicionista, adaptando-se a condição de desafiante no contexto municipal curitibano? O peso de ter assumido o Governo Federal influenciaria o discurso nos palanques municipais? E quanto? Seria pertinente imaginar um único discurso petista em municípios diferentes, como Porto Alegre e Curitiba? Como os adversários do PT se comportariam?

Passadas as eleições, o partido demonstrou avanços em alguns estados e consolidou a sua força em outros, vencendo em capitais como Fortaleza, Vitória, Porto Velho, Rio Branco, Macapá, Palmas, Recife, Aracaju e Belo Horizonte. Mas o PT também experimentou algumas derrotas. Algumas delas chamaram muita atenção.

A disputa em São Paulo sempre desperta interesse por ser a maior e mais importante prefeitura do país². Naquele ano em específico, o pleito municipal

¹ Versão preliminar deste artigo foi apresentada no XXIX Encontro anual da ANPOCS. A participação no evento contou com o apoio da PRPPG-UFPR. Agradecemos às críticas e comentários apresentados no encontro, o que não isenta nossa responsabilidade quanto aos conteúdos aqui apresentados. Agradecemos a colaboração do Doxa-IUPERJ pelo fornecimento de cópias dos programas eleitorais de Porto Alegre-2004.

² Sobre as estratégias discursivas usadas pelo PT e pelo PSDB nas eleições municipais de São Paulo em 2004, consultar Veiga, Souza e Cervi (2007).

vinha se configurando como um terceiro turno da eleição nacional de 2002, quando PSDB e PT novamente se encontrariam para um embate; entretanto, a novidade era o PT na ‘situação’ – municipal e federal – e o PSDB na ‘oposição’. Mas para este estudo comparativo tomamos como objeto as estratégias do PT nas eleições de Porto Alegre e Curitiba, disputas que despertaram a nossa atenção por considerarmos que os contextos e o desenvolvimento da campanha fornecem interessantes elementos de comparação, como ficará evidenciado adiante.

Mais especificamente vamos analisar os recursos discursivos utilizados pelas campanhas do PT nas duas cidades. Desde já vamos ressaltar que não é nossa intenção esgotar a explicação sobre a derrota do partido nestas capitais. Interessa-nos, antes, contribuir para o debate apresentando as retóricas de persuasão eleitoral utilizadas pelo partido e – como não poderia deixar de ser – pelos seus principais adversários na ocasião das disputas. Não pretendemos nos aprofundar em qualquer relacionamento entre esses “achados” e a descrição de comportamento do PT nacional e as mudanças ocorridas no discurso do partido ao longo das últimas décadas.

Tampouco é nossa intenção responsabilizar as estratégias discursivas pelas derrotas, pois sabemos que o sucesso de uma campanha depende não apenas do seu discurso, embora este seja uma peça-chave do processo. De modo algum gostaríamos de dar a entender que o partido não venceu porque adotou discursos equivocados. O objetivo com este trabalho é analisar e não julgar os discursos.

A escolha das capitais está fundamentada no antagonismo dos cenários políticos e da inserção do PT nas disputas. Curitiba estava sendo administrada há 16 anos a partir de um projeto de centro-direita conduzido por um grupo de urbanistas composto principalmente por Jaime Lerner, Rafael Grega e Cássio Taniguchi. No momento que antecede à campanha, em julho de 2004, a pesquisa Ibope mostrava que 27% da população avaliavam negativamente a gestão de Cássio, apontando para um possível desgaste do projeto. Diante deste cenário, o candidato Ângelo Vanhoni do PT se apresentava como a oportunidade de mudança, apoiado pelo capital eleitoral obtido na disputa de 2000, quando foi ao segundo turno e chegou a ameaçar o favoritismo de Cássio. Vale lembrar que Vanhoni ficou em segundo lugar com uma diferença de menos de 60 mil votos. Assim, a expectativa era de que em 2004 teríamos o “tira-teima” do partido na capital paranaense.

Já Porto Alegre estava sendo administrada há 16 anos a partir de um projeto da Frente Popular. De acordo com a pesquisa Ibope realizada no período pré-eleitoral, em julho de 2004, a população estava satisfeita com a gestão, apenas 14% dos eleitores a avaliavam negativamente. Diante desta realidade, Raul Pont (PT) se apresentava como a opção pela continuidade.

No período que antecede à propaganda eleitoral, os candidatos do PT lideravam a disputa. Vanhoni tinha 26% das intenções de voto, e o segundo colocado Beto Richa (PSDB), 22%³. Já Raul Pont contava com 32 pontos, e o segundo colocado, José Fogaça, com 17% de intenção de voto⁴. Ou seja, embora os cenários e o posicionamento do PT fossem distintos nas duas eleições, havia uma expectativa de vitória. No entanto, tal expectativa não se confirmou.

A aparente incongruência motivou este trabalho. Interessa-nos responder: qual foi a estratégia discursiva adotada pelo PT nestas capitais? Qual a estratégia adotada pelos principais adversários do PT? Como se apresentava o cenário político e administrativo naquele momento? O que se propunha para o futuro? Que garantias o partido oferecia? De que modo o partido leu as demandas da população e em que medida incorporou-as ao seu discurso eleitoral?

A fim de responder tais questões serão analisados de maneira sistemática os discursos dos candidatos do PT e de seus principais adversários. A opção foi por adotar a metodologia inspirada na proposta elaborada por alguns pesquisadores sob coordenação de Marcus Figueiredo (Figueiredo, 2000) para o estudo da propaganda eleitoral. Na verdade, trata-se de uma adaptação de tal metodologia, na medida em que originalmente a mesma foi elaborada para a análise de *spots* eleitorais e neste trabalho foram analisados os programas eleitorais.

Todos os programas eleitorais veiculados em Curitiba no primeiro e no segundo turno foram analisados nesta pesquisa⁵. No caso de Porto Alegre, foi selecionada uma amostra para o estudo. Foram analisados sete programas do primeiro turno (dias 20 e 27/8 e 4, 10, 20 e 27/9) e seis programas do segundo turno (dias 13, 15, 17, 18, 20, 21/10)⁶. Embora os dados sobre

³ Pesquisa Ibope, registrada em 28 de julho de 2004. Disponível no *site* do instituto.

⁴ Pesquisa Ibope, registrada em 25 de julho de 2004. Disponível no *site* do instituto.

⁵ A coleção dos programas eleitorais de Curitiba que utilizamos neste estudo pertence ao Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública da UFPR.

⁶ A coleção dos programas eleitorais de Porto Alegre utiliza neste estudo pertence ao Doxa/IUPERJ.

Porto Alegre não sejam completos, consideramos que eles são representativos do universo, pois, a partir do dia 21 de outubro, aconteceram poucas mudanças na curva da intenção de voto. Ou seja, no dia 21 de outubro, o quadro eleitoral já estava relativamente definido.

Antes de focarmos a atenção na análise da propaganda é importante apresentarmos uma breve revisão sobre as alterações do discurso do PT e apresentar o contexto das eleições em Curitiba e Porto Alegre.

As alterações do discurso do PT em foco

O discurso do Partido dos Trabalhadores em eleições presidenciais já foi abordado em vários estudos (Albuquerque, 1999; Oliveira, 2005; Veiga *et alii*, 2001; Soares, 2002; Mendes, 2004; Miguel, 2006; Hunter, 2007). Desta forma, não consiste em si uma novidade. A grande parte de tais pesquisas se debruçou em estudos de casos de pleitos em que PT e PSDB travaram a disputa, poucos são aqueles que acompanham a trajetória do partido. Soares (2002) fez isto, acompanhou a retórica eleitoral do PT de 1989 a 1998, passando também por 1994. Mendes (2004) cobriu o período de 1989 a 2002, e buscou entender como o partido, que inicialmente adotou um discurso socialista, ao final do período, compôs chapa com um empresário, no caso, José Alencar como vice-presidente. Miguel (2006) e Hunter (2007) também mencionam o tom do discurso socialista na origem do partido ao descrever a realidade atual mais moderada.

De modo geral, estes estudos apontam como a retórica de campanha do PT foi sendo alterada no decorrer dos anos. Basicamente a mudança se refere ao abandono do tom mais socialista (termo utilizado com frequência por Mendes, Miguel e Hunter) marcado por uma retórica combativa, cujo eixo estava na suposição de um conflito essencial entre elite e povo. A transformação na postura favoreceu a emergência de um discurso de conciliação e diálogo.

Tal como aponta Miguel (2006), a mudança no discurso do PT de 1989 e de 2002 não aconteceu de maneira abrupta, mas a cada pleito ocorriam alterações na retórica e prática eleitoral. Sobre o discurso do PT em 1989, Mendes ressalta a forte presença da leitura mencionada como marxista, ou seja, da ideia da sociedade dividida em classes antagônicas. De acordo com o autor:

para a Frente Popular as classes têm interesses, necessariamente, distintos e opostos, o que gera, assim, uma lógica muito clara dentro da dinâmica social: ou se está do lado

de uma delas ou do lado da outra. Nessa dinâmica, não há conciliação. Estar do lado de uma dessas classes é, necessariamente, estar contra a outra. (Mendes, 2004, p. 10)

O autor demonstra que a referida linha mestra do discurso perpassava todas as áreas em questão. Quando o assunto era reforma agrária, por exemplo, aparecia a dicotomia entre os grandes proprietários fundiários e a miséria dos pequenos agricultores. Na mesma linha, a dívida externa era tratada como questão política e caracterizada como um “golpe dos banqueiros internacionais”. Assim sendo, era pertinente suspender o pagamento da dívida externa, como forma de libertar o país da submissão ao FMI. Para resumir, diante de muitos posicionamentos semelhantes, Mendes (2004) sublinha a atitude da Frente Popular em relação às privatizações, tidas como nada mais do que a prática de entregar o patrimônio do povo para a iniciativa privada, motivada exclusivamente pelo lucro.

De 1989 para 1994, Mendes (2004) pontua que a contestação ao sistema capitalista foi reduzida, e a noção de cidadania ganhou importância. A fonte de todos os problemas do país não era mais endereçada sistematicamente para a exploração da classe trabalhadora pela classe empresarial.

O avanço na moderação do discurso ficou mais nítido em 1998. A cada dia ele se distancia mais dos ideais de esquerda e se articula com atitudes moderadas de centro – neste momento, a proposta é a união em torno de um país de todos (Mendes, 2004). Por outro lado, mantém-se o argumento fortemente oposicionista. Para exemplificar, a respeito da política econômica e da situação do país naquele delicado momento do final de 1998, para Lula, a maneira de Fernando Henrique Cardoso conduzir a economia do país expunha o Brasil aos especuladores internacionais e o deixava muito vulnerável à fuga de capitais. Sustentando o discurso fortemente oposicionista, o PT apontava para o esgotamento do modelo econômico em vigor e propunha a união de empresários e trabalhadores pelo crescimento do país. O discurso do partido torna-se paulatinamente menos ideológico e mais pragmático.

Miguel, ao estudar a disputa em 2002, enfatiza o caráter negociador do candidato no discurso da campanha, seria ele um agregador. Assim, diferentemente das campanhas anteriores do PT, não há o enfoque de promover os interesses dos trabalhadores, mas de buscar um valor mais nobre que, como caracteriza o autor, promoveria a união de todos e dissolveria as diferenças (Miguel, 2006).

As questões do crescimento econômico e da geração de emprego, que já eram importantes em 98, tornam-se, em 2002, o cerne do discurso. Estruturaram-se em torno destes assuntos as críticas marcadamente oposicionistas do PT. Em mais uma eleição registra-se que, enquanto a postura oposicionista pragmática de crítica à qualidade da gestão perdura, o discurso de valores ideológicos de esquerda continua sendo enfraquecido.

Também para Hunter, a facção dominante do PT, a 'Articulação', foi se tornando cada vez mais pragmática. Desta forma, ela acabou distanciando o partido da retórica socialista adotada em sua primeira década e contribuindo para uma postura de entendimento da lógica do mercado, com comprometimento com a responsabilidade fiscal, o respeito aos contratos, o pagamento da dívida externa, o controle da inflação e ainda com o Fundo Monetário Internacional. A moderação ideológica, combinada com a postura oposicionista aos mandatos de FHC, seria uma forte explicação para a eleição de Lula em 2002.

Lula prometeu buscar novas políticas para estimular o emprego, os salários, e as exportações, enquanto luta contra a pobreza e a desigualdade. Ele condenou as táticas violentas do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), reconhecendo que o problema da reforma agrária precisava ser abordado. Ele rompeu com restrições de coalizões presentes em seu partido até então e se aliou o partido de direita Partido Liberal (PL), cujo líder é um empresário e que conta com eleitores conservadores advindos também das igrejas evangélicas. As palavras "socialista" e "socialismo" estavam ausentes da plataforma oficial do PT em 2002. Em suma, o Lula, que correu em 2002 não foi o Lula que tinha disputado em 1989, 1994 ou 1998. Foi esta moderação combinada com o desgaste do eleitorado com as políticas econômicas de FHC, que permitiu Lula superar o seu patamar habitual de 30% e obter 46,4% no primeiro turno, estabelecendo assim a sua vitória sobre Serra no segundo turno. (Hunter, 2003, p. 153)

A respeito dos padrões nacionais de relacionamento do PT com seus eleitores, Samuels (2004) lembra que existiam pelo menos três correntes explicativas sobre o comportamento das bases eleitorais do PT até a eleição para presidência da república em 2002. Segundo ele, a literatura sobre a relação entre discursos petistas e os eleitores se dariam: i) dividido por bases sociais, onde a relação se dava principalmente com integrantes de determinada classe social; ii) em função da avaliação retrospectiva do governo FHC, que é uma explicação economicista por natureza; e iii) como

consequência do carisma pessoal de Lula, ou seja, considerando-o maior que o próprio discurso petista. Evidente que a literatura analisada por ele leva em conta apenas a relação entre o discurso nacional do PT e os eleitores para as disputas presidenciais. Eles não são suficientes para entender duas vertentes da relação entre o discurso petista no Brasil. A primeira é a mudança da relação entre o partido e seus eleitores como consequência do partido ter chegado ao governo, em 2002. As bases sociais tenderiam a se dissipar e a avaliação retrospectiva da administração Lula ganharia peso nas explicações. A segunda é a impossibilidade de usar as explicações sobre o comportamento do PT nacional para a discussão de comportamentos discursivos no âmbito municipal. Consideramos que a dinâmica política nos municípios apresenta particularidades que não podem ser diretamente transpostas para as explicações nacionais.

Miguel sintetiza as alterações do discurso do PT no período de 1989 a 2002, argumentando que ele foi orientado pelos consultores de marketing político. Lula adaptou-se à norma no que se refere ao 'discurso político'. Passou a ser evasivo diante de controvérsias e não usou as eleições como instrumento para pedagogia política. Ele não enfatizou o conflito político, mas, ao contrário, valorizou a conciliação. As mudanças na vestimenta e no gestual, segundo o autor, também indicam uma adesão aos padrões da elite política (Miguel, 2006).

Apresentamos acima de forma breve o debate em torno das alterações da retórica do Partido dos Trabalhadores em campanhas presidenciais até 2002. Destaca-se a ênfase na disputa nacional, em que fica evidente o processo de moderação ideológica do discurso partidário. Por outro lado, permanece a postura oposicionista, de caráter mais pragmático. A seguir, o nosso objetivo será verificar quanto do componente pragmático oposicionista ainda resiste e insiste nas disputas municipais de Porto Alegre e Curitiba. Mas, antes, cabe discutir os resultados encontrados na análise da eleição de São Paulo no mesmo ano.

Em pesquisa anterior (Veiga, Souza e Cervi, 2007), buscamos identificar continuidades e rupturas no discurso do PT na campanha para a prefeitura de São Paulo em 2004. Este era o primeiro pleito em que o partido deixara de ocupar o lugar da oposição nos cenários municipal e nacional. A análise das retóricas foi desenvolvida a partir dos eixos: ideológico e pragmático. Em relação aos eixos esquerda e direita, observou-se que o PT, a exemplo do

que aconteceu na esfera nacional em 2002, também no âmbito municipal, não utilizou o discurso contra o neoliberalismo. Evitou tocar no assunto política econômica, tema considerado carro-chefe enquanto o partido estava na oposição nacional, como foi visto acima. Os partidos em disputa mais à esquerda se encarregaram das críticas ao modelo neoliberal; entretanto, identificando-o não apenas com o PSDB, mas também com o PT.

No que tange ao valor igualdade, Marta Suplicy tentou apresentar-se mais igualitária do que José Serra, que, por sua vez, também buscou mostrar-se desta maneira. Já o discurso da participação e mobilização popular não esteve presente nas campanhas de Marta Suplicy e de José Serra, mas sim fragmentos de mensagens com tom autoritário e centralizador. Assim, concluiu-se que, na eleição para prefeitura de São Paulo em 2004, não houve um discurso típico de esquerda e outro de direita. Neste aspecto, as campanhas do PT e do PSDB foram muito semelhantes (Veiga, Souza e Cervi, 2007).

Ao analisarmos o eixo situação e oposição, entretanto, percebemos que cada candidato adotou o comportamento típico de sua posição na disputa. Marta Suplicy descreveu a situação da cidade como sendo boa, mas que poderia melhorar ainda mais e propôs a sua continuidade. José Serra, por sua vez, apresentou os problemas da cidade e, especificamente, da gestão de Marta Suplicy, responsabilizando a prefeita pelas falhas e não realizações. Ambas as campanhas adotaram um tom muito personalistas. A garantia estava na imagem.

O discurso do PT na condição de mandatário foi mais pragmático e menos ideológico; deixou de priorizar o discurso oposicionista ao modelo neoliberal; perdeu a supremacia do discurso sobre a igualdade social e se afastou do apelo pela mudança social a partir da mobilização da sociedade. A adoção do discurso de tom pragmático correspondeu ao que se esperava de um partido de situação: saiu em defesa das suas realizações, fez uso do cargo e associações com a administração. Porém, a campanha não manteve a postura “acima da briga”. Por sua vez, o discurso do PSDB, na condição de desafiante, permaneceu como de costume, mais pragmático e menos ideológico. Assim como antes, o partido não deu ênfase à clivagem liberalismo-intervencionismo. Em relação ao aspecto igualdade social se mostrou tão igualitário quanto o PT. E surpreendentemente, assim como aconteceu com Marta Suplicy, José Serra mostrou-se um líder por vezes centralizador e provedor para uma massa necessitada e passiva. O que não era de se esperar dos candidatos dos dois partidos mais modernos de nossa democracia. (Veiga, Souza e Cervi, 2007, p. 72)

Outra análise sobre PT municipal (Makyama e Paulilo, 2009) estuda a história e as mudanças do partido em Maringá, município de porte médio do interior do Paraná. Após apresentar o comportamento da cúpula do partido antes e depois de ter chegado à prefeitura municipal, as autoras concluem que naquele município o partido abandonou os núcleos de base, perdeu a atuação coletiva e priorizou as disputas eleitorais. Além disso, elas constataam a perda da democracia interna no partido após a eleição e a inoperância do orçamento participativo. Para Makyama e Paulilo, depois de ter ganhado a disputa local pela prefeitura, o discurso do PT igualou-se ao discurso de qualquer outro partido. Evidente que não pretendemos transportar as explicações de um município de porte médio do Paraná para o comportamento discursivo petista em campanhas eleitorais de duas capitais de Estado. A referência serve apenas para demonstrar como é heterogêneo o comportamento dos partidos políticos brasileiros em âmbito municipal, inclusive o do PT.

Contextualizando as disputas de Curitiba e de Porto Alegre

Se existe uma particularidade no cenário político eleitoral de Curitiba, ela está no longo período de permanência no poder do grupo responsável pelas reformas urbanas iniciadas na década de 70 do século passado (Cervi e Souza, 2004). O grupo chegou ao poder municipal em 1971 quando o urbanista Jaime Lerner foi nomeado prefeito pelo então governador Haroldo Leon Peres (Arena) e cumpriu o mandato até 1975. Lerner (então, Arena) retornou, indicado pelo governador Ney Braga (Arena), e permaneceu à frente do executivo municipal entre 1979 e 1983. Lerner executou as reformas urbanas idealizadas no Plano Diretor de 1966. O grupo permaneceu no poder até o ano de 1983, quando a onda da redemocratização interrompeu brevemente o ciclo dos urbanistas. Na ocasião, José Richa, governador eleito pelo PMDB, nomeou para prefeito da capital paranaense Maurício Fruet. Na primeira eleição direta após a ditadura, o PMDB elegeu Roberto Requião para suceder Fruet. O PMDB terminou seu mandato à frente do executivo municipal em 1988. A partir de então, o grupo de Lerner (então, PDT) retomou sua posição na prefeitura e nela permaneceu até 2004⁷.

⁷ Em geral, o discurso do grupo de urbanistas curitibanos, uma espécie de agentes técnico-políticos, foi do tipo “competência técnica acima da política” (Souza, 2001). Tal discurso facilitou ao grupo transitar por partidos diferentes como a Arena, o PDS, o PDT e o PFL. É cedo para avaliar o mandato de prefeito de Beto Richa (2005-2010), mas, ainda que ele tenha tido vínculos políticos com o grupo de Jaime Lerner, ele não apresenta uma identificação orgânica com o grupo de reformadores urbanos.

A corrida eleitoral de 2004 começa sob a lembrança do crescimento experimentado pelo PT na eleição de 2000 quando Ângelo Vanhoni ameaçou a posição dos urbanistas, disputando voto a voto o segundo turno contra Cássio Taniguchi (PFL), candidato à reeleição, e o seu vice Beto Richa (então PTB)⁸. Em linhas gerais, a eleição de 2000 caracterizou-se por um PT menos agressivo que o tradicional, utilizando um discurso que reconhecia os avanços alcançados nos anos de gestão do grupo dos urbanistas e que propunha mudanças que melhorariam ainda mais a cidade. Diante de um passado bom, o futuro seria ainda melhor, segundo o candidato petista, com investimentos na área social, setor esquecido pelos lernistas. Frente ao susto, o prefeito reeleito parecia ter assimilado o golpe e construiu ao longo da sua segunda gestão a imagem de Curitiba como capital social. O esforço, entretanto, não evitou o crescimento dos índices de rejeição à administração de Cássio Taniguchi no seu segundo mandato. Fator que certamente pesou na decisão de Beto Richa em romper com o prefeito poucos meses antes do início da corrida eleitoral.

O cenário de 2004 levou as candidaturas de oposição a crescerem já no período pré-eleitoral. O principal concorrente neste grupo continuou sendo o candidato do PT, Ângelo Vanhoni. Nesta oportunidade, o PT e o PMDB, principais forças oposicionistas da capital, decidiram se coligar para evitar a divisão dos votos. Tal atitude provocou conflitos no PMDB, cujo desfecho foi a saída do grupo ligado ao deputado federal Gustavo Fruet. Fruet não aceitou a submissão à ala majoritária ligada ao governador Roberto Requião e terminou por filiar-se ao PSDB.

No grupo do governo registra-se a divisão pública entre o então prefeito Taniguchi e seu vice-prefeito Beto Richa (PSDB), que teve como motivo aparente a recusa do prefeito em endossar a candidatura do PSDB e a decisão de apoiar um candidato do PFL, seu partido. O contexto conflituoso resolveu-se com a saída de Richa da administração municipal no primeiro semestre de 2004. As forças da situação se lançaram divididas na campanha, pois, além do candidato do PSDB, houve também uma candidatura do PFL, apoiada oficialmente pelo prefeito Taniguchi. Entretanto, é importante realçar que, diante dos acontecimentos, a fronteira entre situação e opo-

⁸ Vanhoni (PT) disputa as eleições para a prefeitura de Curitiba desde 1996. O candidato obteve os seguintes resultados (1º turno): em 1996, auferiu 10,94%; em 2000, chegou a 35,37%; e em 2004 recuou para 31,18%.

sição perdeu nitidez, e o candidato Beto Richa transitou bem sob a névoa instalada neste espaço.

A disputa para a prefeitura em 2004 desenhou um novo perfil de lideranças políticas na capital ou, ao menos, abalou o perfil hegemônico. É possível afirmar que o esboço deste desenho começou a ganhar contornos mais claros já na eleição de 2000, quando o crescimento do candidato do PT surpreendeu o grupo da situação. Se durante um longo período os planejadores urbanos conquistaram uma fatia cativa do eleitorado curitibano sem grande esforço, a eleição de 2000 apresentou elementos que indicavam uma tendência de alteração do jogo, o que veio a se confirmar em 2004. Ficou evidente na manifestação do eleitorado a vontade de substituir o perfil de elite política tecnocrática que exerceu a hegemonia na cidade desde os anos 70. Abertas as urnas do primeiro turno da eleição de 2004, o candidato do PFL, partido do então prefeito Taniguchi, obteve apenas 6,23% dos votos. As votações de outubro de 2004 apresentaram dois perfis políticos alternativos à elite tecnocrática local. Um, representando a manutenção de algumas características dos grupos com tradição no governo do Município e do Estado. Ou seja, um perfil já institucionalizado, que pode ser associado ao candidato Beto Richa. Outro, com características mais distantes da tradição política institucionalizada, cujo principal representante foi o deputado estadual Ângelo Vanhoni (PT). Enfim, o que vale a pena sublinhar é que nenhum dos dois perfis apresenta as características básicas dos tecnocráticos que marcaram a gestão municipal em Curitiba nas últimas décadas e nem têm origem no grupo de urbanistas já referido; embora, é preciso afirmar, Richa represente, claramente, uma mudança menos radical desse perfil, quando comparado a Vanhoni.

Quanto à manutenção das preferências, não deve passar despercebido que a campanha em 2004 apresentou um nível bem maior que a disputa de 2000. Os dois principais candidatos iniciaram a disputa, em julho, variando entre 25% e 30% das intenções de voto. Suas posições não apresentaram grandes variações durante toda a campanha, pois as pesquisas de opinião realizadas pelo Ibope em Curitiba, entre agosto e outubro, mostraram índices sempre dentro das margens de erro, indicando um empate técnico entre Richa e Vanhoni durante todo o período.

Voltando aos resultados gerais da última disputa, quando comparado o desempenho eleitoral de Vanhoni em 2000 e 2004, percebe-se que ele apresentou um resultado melhor naquela eleição do que nesta. No primeiro

turno, Beto Richa ficou com 35,06% dos votos válidos, contra 31,18% de Vanhoni. No segundo turno, Beto Richa fez 54,78% dos votos válidos, contra 45,22% de Vanhoni. Com isso, fica claro que o eleitor de Curitiba queria a mudança, mas preferiu uma transformação em grau menor, considerando, provavelmente, ser esta opção a mais segura.

Já em Porto Alegre, o PT administrava a cidade há 16 anos. A dominância do partido na capital gaúcha chegou a motivar a famosa frase de efeito do jornal *Le Monde*: Meca da esquerda Latino-americana. O PT conquistou a prefeitura pela primeira vez em 1988 com a vitória de Olívio Dutra. Em 1992, Tarso Genro foi eleito e, ao concluir o seu mandato, sua administração obteve 70% de aprovação. A curva do desempenho do PT nas eleições majoritárias para prefeito e governador na capital demonstra que seu ápice ocorreu justamente na disputa de 1996. Neste ano Genro elegeu o seu sucessor, Raul Pont, em apenas um turno. Depois de 2000, a curva começa a decrescer, conforme pode ser observado na tabela 1.

Tabela 1 – Desempenho do PT no 1º turno das eleições para Prefeito e Governador em Porto Alegre

Resultado – 1º turno	1992 Prefeito	1996 Prefeito	1998 Governador	2000 Prefeito	2002 Governador	2004 Prefeito
PT	40,76%	53,7%	53,62%	48,72%	39,98%	37,62%
principal adversário do PT	15,94%	21,9%	33,46%	20,7%	37,59%	28,34%

Fonte: TRE-RS

Para Silveira (2002), a vitória de Olívio Dutra nas eleições de 1998 para o governo do Estado do Rio Grande do Sul acirrou a luta política. Isto porque a oposição conseguiu eleger a maioria dos deputados na Assembleia Legislativa e adotou uma atitude aguerrida desde os primeiros dias do mandato do Governador. A oposição produziu uma série de fatos que tiveram grande repercussão na mídia, como a denúncia do desrespeito do governo às negociações anteriormente estabelecidas com a Ford, provocando a desistência da montadora em instalar sua fábrica no estado e a consequente manifestação com populares pela manutenção da Ford no Rio Grande do Sul.

Percebe-se a partir de então um recorrente desgaste do partido com sua permanência nos poderes municipal e estadual. Além disso, alguns

embates na hora da escolha de candidatos causaram fissuras dentro do partido. Vale citar as prévias para a escolha do candidato a prefeito em 2000. Tarso Genro disputou dentro do PT a candidatura com Raul Pont, então prefeito da cidade, e com Fortunati, então vice-prefeito. Tarso foi escolhido baseado no argumento de ser a melhor opção do ponto de vista eleitoral. A maioria acreditava que Tarso gozava de uma imagem muito positiva na cidade, sendo visto como um administrador competente, dinâmico, inteligente e moralmente inatacável (Silveira, 2002). A escolha trouxe, no entanto, alguns ressentimentos internos. Tarso foi acusado de personalismo e individualismo.

Tarso enfrentou o mesmo embate dentro do partido na disputa pela candidatura ao governo do estado em 2002. Desta vez, o seu adversário nas prévias era Olívio Dutra, então governador. Depois de uma votação acirrada, Tarso Genro venceu.

A escolha de Pont para o pleito de 2004 não foi resultado de prévias, mas de um acordo envolvendo basicamente os grupos de Olívio Dutra e Tarso Genro.

Raul Pont, enquanto candidato da situação, organizou sua estratégia de campanha defendendo as realizações do ciclo do PT diante da prefeitura e acenando com avanços. Como já foi mencionado, Pont havia sido vice-prefeito da cidade (1992-1996) e prefeito no mandato de 1996 a 2000. Ou seja, era um candidato fortemente identificado com a gestão da Frente Popular. O seu discurso era típico de quem ocupava a situação, mostrava tudo o que a Prefeitura já havia realizado e o que vinha fazendo para solucionar os problemas de seus moradores. Paralelamente, reconhecia que o município ainda tinha problemas e que eles seriam prioridade em sua gestão.

O pleito de 2004 não apresentou grandes novidades em termos de estratégia política para os eleitores de Porto Alegre. Mais uma vez a eleição estava polarizada entre o PT e os partidos opositores no âmbito municipal. Os partidos de oposição agiram de maneira muito semelhante e afinada adotando discursos com o objetivo claro de desconstituir a administração em curso.

Os ataques mais ferrenhos vinham dos candidatos Vieira da Cunha (PDT), Onyx Lorenzoni (PFL/PSDB) e Jair Soares (PP). A exceção era José Fogaça (PPS), que fez um discurso reservado no primeiro turno, na verdade, se resguardando para o embate que aconteceria no segundo turno. Aliás, como veremos adiante, o tom não agressivo num primeiro momento era

fruto de sua estratégia maior, qual seja: apresentar-se como o jeito certo da mudança, sem raiva e sem agressão.

Resultados de pesquisas apontavam, no entanto, que a comunicação do PT conseguiu resguardar a percepção da administração em curso ao longo do primeiro turno. Os ataques à administração petista tiveram efeito na opinião pública apenas em um primeiro momento. Em seguida, a aceitação em relação à administração voltou a crescer, como pode ser observado na tabela 2.

Tabela 2 – Avaliação da administração de João Verle

	Ibope Publicada em 7/7	Ibope Publicada em 26/7	Ibope Publicada em 24/8	Ibope Publicada em 28/9
ótima	5%	3%	2%	4%
boa	32%	29%	27%	31%
regular	44%	49%	48%	49%
ruim	7%	7%	9%	6%
péssima	7%	10%	9%	8%
ns/nr	5%	2%	4%	5%

Fonte: Ibope

O razoável grau de satisfação com o andamento da administração paradoxalmente acompanhado do anseio de mudança do grupo foi uma postura identificada em parte do eleitorado em Porto Alegre e também em Curitiba, ou seja, apesar das boas avaliações, havia uma tendência pela substituição dos governantes.

Naquele ano, houve ainda uma grande discussão a respeito de qual teria sido o peso da avaliação do desempenho do governo federal na decisão do voto em todo o país, mas particularmente em Porto Alegre e São Paulo. De acordo com pesquisa Ibope divulgada em 24 de agosto de 2004, 31% dos eleitores de Fogaça disseram que a avaliação do governo federal estava pesando na escolha do candidato a prefeito, neste caso, de maneira negativa.

Pont chegou a atribuir a Lula parte da dificuldade em Porto Alegre. De acordo com o candidato, havia uma expectativa de mudança rápida no que se refere às ações do Governo Federal que não havia acontecido até aquele momento da disputa municipal. Esta frustração teria criado um

desencanto e um desalento. Para Pont, o maior prejuízo foi o abandono de líderes sindicais, companheiros históricos nas vitórias do PT na capital, que adotaram a neutralidade por conta da dificuldade de compreender o ritmo possível das mudanças.

A análise das curvas de intenção de voto aponta que Pont liderou a disputa ao longo do primeiro turno, sendo aquele que mais cresceu. O candidato do PT passou de 28 pontos para 37. Fogaça cresceu cinco pontos percentuais na intenção de voto, e Onyx Lorenzoni subiu sete pontos percentuais. Verifica-se, ainda, que Fogaça na passagem do primeiro para o segundo turno, reverteu a seu favor a situação. Foi quando aconteceu de fato a bipolarização entre o PT e a sua alternativa, representada, naquele momento, pelo candidato do PPS. Fogaça que saíra das urnas no primeiro turno com 28% dos votos válidos iniciou o segundo turno com 49 % de acordo com as pesquisas de opinião. Dados da pesquisa Ibope divulgada em 30 de outubro apontam que apenas 51% da intenção de voto em Fogaça no segundo turno advinham do seu eleitorado do primeiro turno. Ou seja, 49% da intenção de voto em Fogaça no segundo turno vinham dos demais candidatos. Onyx Lorenzoni contribuiu com aproximadamente 14% dos votos para Fogaça, apontou a pesquisa.

Análise das estratégias de persuasão eleitoral

Como foi dito anteriormente, com o objetivo de analisar as estratégias de comunicação do PT em Curitiba e em Porto Alegre nas eleições municipais de 2004, decidimos fazer uma adaptação da metodologia proposta pelo grupo coordenado por Figueiredo (2000). Essa perspectiva metodológica considera que os candidatos empregam uma retórica cuja argumentação é de natureza ficcional. A estrutura retórica da persuasão eleitoral consiste na descrição de três mundos: o mundo passado, o mundo atual e o mundo futuro. Para decifrar o argumento de uma campanha, é preciso entender como ela apresenta aos eleitores os três momentos distintos. De acordo com a regra, caso o candidato seja da *situação*, a sua estratégia de argumentação tenderá para uma proposta de continuidade. Isto é, ele irá apresentar um *mundo atual bom* e propor que o *mundo futuro ficará ainda melhor*, caso vença a disputa. No caso do candidato ser de oposição, se sentirá constrangido a adotar uma estratégia comunicacional voltada para a mudança. Isto é, o *mundo atual será descrito como ruim* e para o futuro a expectativa a ser criada é de que o *mundo ficará bom* com a

sua vitória. Na construção da argumentação não há espaço para manipulações grosseiras. Os discursos das campanhas devem ser leituras plausíveis do real. Aquele candidato que ao criar o seu mundo ficcional se distanciar muito da realidade experimentada pelo eleitor não merecerá a sua atenção.

A fim de entender as retóricas da competição do voto em Curitiba e em Porto Alegre vamos organizar a análise das campanhas eleitorais segundo um jogo. Para isso, seguindo a mesma metodologia, vamos adotar algumas proposições e seus corolários para testar algumas hipóteses. As proposições serão apresentadas e aplicadas ao longo da análise. O quadro 1, a seguir, apresenta um esboço das estratégias discursivas básicas dos candidatos do PT e de seus adversários no segundo turno.

Quadro 1 – Estrutura dos discursos do PT e de seus principais adversários

Interpretação	Curitiba		Porto Alegre	
	Ângelo Vanhoni PT	Beto Richa PSDB	Raul Pont PT	José Fogaça PPS
mundo atual	Regular. A cidade é boa para se viver. Mas as comunidades foram abandonadas nestes 16 anos de administração dos urbanistas.	Regular. A cidade é boa para se viver. Mas é preciso cuidar mais das pessoas.	Bom, mas por melhor que seja uma administração sempre há coisas a serem feitas.	Bom, mas precisa melhorar alguns pontos.
mundo futuro	Prioridade para os bairros. Realização de grandes projetos na área de segurança. Mais atenção para a área social, particularmente para a saúde.	Cuidar de toda a cidade, dos bairros e do centro. Mais atenção para a área social: particularmente para a saúde. Prefeitura e prefeito próximos do cidadão.	Continuidade, pois a mudança para melhor já aconteceu há 16 anos atrás.	Dar continuidade ao que foi feito de bom ao longo dos 16 anos da administração da Frente Popular e fazer o que o PT não fez: saúde, emprego, segurança.
o que fazer	Melhoria com a realização de grandes projetos com a ajuda dos governos estadual e federal. Uma grande aliança por Curitiba.	Melhoria com pé no chão, com um novo olhar para a cidade.	Continuar com o partido e os seus projetos que fizeram de Porto Alegre uma cidade melhor ao longo dos 16 anos.	Mudar o grupo que está no poder e o seu jeito de governar.

garantia	<p>Trânsito político: A proximidade com os governos federal e estadual.</p> <p>Personalismo: Sua trajetória de superação como deficiente físico. Sua atuação/trajetória política.</p>	<p>Personalismo: Ligação com o falecido pai, ex-governador José Richa, valores morais, experiência administrativa.</p>	<p>A atuação do PT na prefeitura de Porto Alegre por quatro mandatos.</p>	<p>Sua trajetória política como deputado e senador.</p> <p>Personalismo: Identificação cultural com Porto Alegre. Valores morais.</p>
----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

A seguir, o nosso objetivo é identificar como as estratégias de comunicação foram expostas nos programas dos candidatos. No estudo coordenado por Figueiredo (2000), foi empregada uma série grande de variáveis. Nossa análise focará: a estrutura dos discursos (descrição dos mundos passado, atual e futuro, apresentação da garantia), as estratégias usadas para a disputa do cargo (postura de mandatário ou de desafiante), a dimensão temporal dos discursos (passado, presente ou futuro) e a maneira como os candidatos construíram a sua imagem.

O jogo da retórica em Curitiba: Vanhoni (PT) versus Beto Richa (PSDB)

Os dois principais candidatos na disputa pela prefeitura de Curitiba não focaram os seus discursos no mundo atual. Investiram muito mais na construção de um mundo futuro. Tal atitude pode ser explicada porque o então prefeito Cássio Taniguchi estava apoiando oficialmente o candidato do seu partido Osmar Bertoldi (PFL), quarto lugar na intenção de voto. Como Bertoldi não representava uma ameaça para Vanhoni e nem para Beto Richa, a princípio não havia motivo para a desqualificação do trabalho de Cássio. Assim, em Curitiba tínhamos uma disputa sem uma ocupação nítida e forte do espaço da situação, os dois principais candidatos se posicionavam no campo da oposição.

O principal candidato da oposição ao governo, Ângelo Vanhoni, não fez qualquer associação à administração em curso durante o seu horário eleitoral. Praticamente o mesmo aconteceu com o candidato considerado aqui neutro, Beto Richa (PSDB), que fez associações com a administração

em apenas um segmento no mês de setembro e em dois momentos em outubro, de um total de 669 segmentos. Em relação a Vanhoni, era esperada essa postura. No que diz respeito a Beto Richa, entretanto, é surpreendente que o candidato que era vice-prefeito da cidade tenha conseguido se descolar da administração a ponto de ser capaz de construir um mundo atual totalmente livre de sua participação no governo de Taniguchi. Os dados estão sistematizados na tabela 4.

Tabela 4 – Estratégias usadas para a disputa do cargo

candidato	mandatário			mês			total
				agosto	setembro	outubro	
Ângelo Vanhoni	associação à administração	não	N	117	243	284	644
			%	18,2	37,7	44,1	100,0
	total		N	117	243	284	644
			%	18,2	37,7	44,1	100,0
Beto Richa	associação à administração	não	N	123	222	321	666
			%	18,5	33,3	48,2	100,0
		sim	N	0	1	2	3
			%	0	33,3	66,7	100,0
	total		N	123	223	323	669
			%	18,4	33,3	48,3	100,0

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

Em relação aos ataques à administração em curso, o candidato do PT começou a campanha explorando com timidez essa estratégia. Os ataques cresceram ao final do primeiro turno, para voltar a cair no segundo turno, como demonstra a tabela 5. Porém, vale ressaltar que o total dos segmentos com ataques à administração representa menos de 5% do conjunto do programa, demonstrando uma opção por não atacar a administração de Taniguchi. Richa, por sua vez, ao adotar a postura de candidato neutro, apresentou um volume ainda menor de ataques à administração, menos de 1%, com pequena concentração dos ataques no segundo turno.

Tabela 5 – Estratégias usadas para a disputa do cargo

candidato	desafiante		mês			total	
			agosto	setembro	outubro		
Ângelo Vanhoni	ataque à administração	não	N	114	225	276	615
			%	18,5	36,6	44,9	100,0
		sim	N	3	18	8	29
			%	10,3	62,1	27,6	100,0
	total		N	117	243	284	644
			%	18,2	37,7	44,1	100,0
Beto Richa	ataque à administração	não	N	122	221	321	664
			%	18,4	33,3	48,3	100,0
		sim	N	1	2	2	5
			%	20,0	40,0	40,0	100,0
	total		N	123	223	323	669
			%	18,4	33,3	48,3	100,0

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

Considerando o fato de Beto Richa ter sido vice-prefeito de Cássio Taniguchi, não era de se esperar que o candidato tucano partisse para a ofensiva em relação à administração do PFL, sob risco da estratégia repercutir contra a própria campanha. Mas, diante desta configuração, uma estratégia esperada da campanha de Vanhoni seria que o petista associasse a imagem do tucano à administração em curso e paralelamente elaborasse o seu discurso mostrando que o mundo atual estava ruim. Caso agisse desse modo, o candidato teria, em tese, a oportunidade de instigar a demanda por mudança no eleitorado, pois, enfatizaria o lado negativo da administração de Cássio e, ao mesmo tempo, invalidaria qualquer garantia de Beto Richa lançando o questionamento: por que o candidato não fez enquanto vice-prefeito. Para isso, ele teria que, obrigatoriamente, ter criticado a administração em curso, o que não aconteceu. Sendo assim, a candidatura Vanhoni abriu mão da possibilidade de oferecer ao eleitor uma leitura mais crítica apontando com mais ênfase que no mundo atual havia aspectos ruins, de responsabilizar a administração por tais debilidades e consequentemente também o vice-prefeito.

Caso agisse conforme a estratégia traçada acima, o PT teria adotado a postura típica do candidato opositor. No entanto, Vanhoni fez a opção por iniciar a campanha sem atacar a administração Cássio e a imagem de Beto Richa. Enquanto estava liderando na intenção de votos, sua campanha ficou centrada no mundo futuro.

O mundo futuro de Vanhoni foi desenhado com a proposta de realização de grandes projetos. O programa com proposições na área de segurança foi repetido quatro vezes no primeiro turno. Tratava-se de um projeto de integração das polícias militar, civil e municipal e que contava com o apoio dos governos federal e estadual.

Em 2004, contudo, o curitibano parecia cansado de grandes projetos para a cidade. É possível especular que a grandiosidade de tais projetos remetia à herança gasta dos urbanistas. Os grandes projetos dos últimos anos repercutiram na grande imprensa nacional, e o resultado, na perspectiva da ala conservadora do eleitorado curitibano, teria sido o aumento da migração e a consequente perda da qualidade de vida na cidade. Naquele pleito, parecia que o curitibano não queria nada que fosse mega, queria a vida simples e com qualidade.

O mundo futuro de Beto Richa simbolizou bem a demanda por qualidade de vida. O candidato se apresentou como capaz de resolver os problemas corriqueiros do cotidiano das pessoas.

Enquanto Vanhoni aparecia ao lado do governador do estado Roberto Requião (PMDB) e de seus secretários, somando a estes o apoio dos companheiros do PT que ocupavam cargos no governo federal, Beto Richa aparecia andando nos bairros, ouvindo os problemas cotidianos dos moradores e se comprometendo a resolvê-los. Vanhoni iniciou a propaganda perto da 'elite' enquanto Beto Richa visitava o 'povo'.

Mapeada esta diferença entre os grandes projetos de Vanhoni e a mudança pé no chão de Beto Richa, é pertinente indicar que os dois candidatos apresentavam como metas para o mundo futuro a melhoria da qualidade de vida na periferia e mais atenção para a área social.

Como garantia Vanhoni apresentou em um primeiro momento a aliança com o governador Roberto Requião e o bom relacionamento com o

Presidente Lula. Posteriormente, Vanhoni lançou mão de sua história de vida. Pela primeira vez nas três disputas que participou pela prefeitura, o candidato abordou o tema da sua deficiência física, como consequência de poliomielite infantil. Vanhoni enfatizava a sua história de superação seja no cotidiano com a família, seja no trabalho na Assembleia Legislativa. Aparecia como um batalhador, homem dedicado e político competente. O discurso de Beto Richa era um discurso baseado em princípios morais de respeito, compromisso e honra. Princípios estes que teria aprendido na educação que recebeu em casa com seu pai, o ex-governador José Richa. A sua história familiar era a garantia. Um dos *slogans* de sua campanha era: ‘a garantia é Richa’.

Com relação à dimensão temporal (ver tabela 6), no HGPE do candidato Vanhoni houve predomínio no primeiro turno das dimensões passado e presente. Já no segundo turno, a participação desses segmentos em relação ao total aparece praticamente empatada com a dimensão futuro. Tal fato indica outra opção incomum de um candidato da oposição, como Vanhoni, qual seja: ocupar pouco espaço de sua campanha na proposição de um mundo futuro, prendendo-se a tratar do presente e passado. Particularmente porque, como vimos anteriormente, Vanhoni não usou esse espaço para criticar a administração de Cássio. Ou seja, Vanhoni gastou um tempo grande de sua campanha falando de sua trajetória política e pessoal a fim de reforçar a garantia.

No caso do candidato com postura de neutralidade, as dimensões temporais ‘passado’ e ‘presente’ foram predominantes, embora haja um significativo crescimento da dimensão ‘futuro’ no final da campanha, concentrando-se principalmente no segundo turno. Beto Richa investiu muito tempo no início do programa eleitoral apontando o seu passado e criando uma imagem de candidato independente, ligado apenas a seu pai, e descolado do grupo de Lerner. No segundo turno, o tucano já se mostrava mais seguro para apresentar suas propostas. Percebe-se que os dois candidatos investiram pesadamente na formação de uma imagem que posteriormente serviria de garantia.

Tabela 6 – Dimensão temporal

candidato			mês			total	
			agosto	setembro	outubro		
Ângelo Vanhoni	dimensão temporal	passado/presente	N	51	88	88	227
			%	22,5	38,8	38,8	100,0
		futuro	N	37	65	87	189
			%	19,6	34,4	46,0	100,0
		indefinido	N	23	30	22	75
			%	30,7	40,0	29,3	100,0
	total	N	111	183	197	491	
		%	22,6	37,3	40,1	100,0	
Beto Richa	dimensão temporal	passado/presente	N	79	82	113	274
			%	28,8	29,9	41,2	100,0
		futuro	N	16	52	96	164
			%	9,8	31,7	58,5	100,0
		indefinido	N	11	43	52	106
			%	10,4	40,6	49,1	100,0
	total	N	106	177	261	544	
		%	19,5	32,5	48,0	100,0	

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

Em relação ao atributo do candidato, Vanhoni explorou principalmente o atributo político – seja a sua experiência no Legislativo Estadual, seja o vasto apoio que recebeu dos governos estadual e federal, havendo uma concentração desse atributo nos programas do segundo turno. Em seguida vem o atributo pessoal – a sua história de superação da deficiência física – e pouco significativa é a aparição do atributo administrativo, como era de se esperar na medida em que o candidato não passou por qualquer experiência no Executivo (tabela 7).

O candidato Richa começou o HGPE explorando o atributo pessoal, principalmente relacionado à trajetória do pai, ex-governador José Richa, e à história familiar estável que ele experimentou. No segundo turno houve um crescimento da participação do atributo político e em terceiro lugar o administrativo, como indica a tabela a seguir, demonstrando uma intenção clara do vice-prefeito em se desvincular da administração em curso.

Cabe lembrar que quase sempre que Beto Richa abordava a sua experiência enquanto vice-prefeito era para esclarecer o seu rompimento com

Cássio Taniguchi, que teria tido como forte motivação a disputa travada entre o vice e o prefeito sobre o aumento da tarifa de ônibus. No início de 2004, Beto Richa assumiu a prefeitura enquanto Cássio Taniguchi viajava, neste momento ele resistiu ao aumento da passagem de ônibus, que sofreria o reajuste logo que o prefeito reassumiu o seu posto.

Tabela 7 – Atributo do candidato

candidato			mês			total	
			agosto	setembro	outubro		
Ângelo Vanhoni	atributo do candidato	pessoal	n	6	14	20	40
			%	15,0%	35,0%	50,0%	100,0%
		político	n	15	16	30	61
			%	24,6%	26,2%	49,2%	100,0%
		administrativo	n	2	9	4	15
			%	13,3%	60,0%	26,7%	100,0%
	total	n	23	39	54	116	
		%	19,8%	33,6%	46,6%	100,0%	
Beto Richa	atributo do candidato	pessoal	n	34	45	41	120
			%	28,3%	37,5%	34,2%	100,0%
		político	n	28	29	40	97
			%	28,9%	29,9%	41,2%	100,0%
		administrativo	n	8	4	19	31
			%	25,8%	12,9%	61,3%	100,0%
	total	n	70	78	100	248	
		%	28,2%	31,5%	40,3%	100,0%	

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

Sobre a relação entre dimensão temporal e suas valências (tabela 8), o candidato Vanhoni usava a valência positiva principalmente quando falava do futuro, e a diferença entre a participação de 'futuro' diante de 'passado/presente' cresceu no segundo turno, indicando uma mudança da estratégia. Já a valência negativa da dimensão temporal de seu HGPE foi destinada quase que exclusivamente à dimensão passado e presente, como é esperado de um candidato opositor. Porém, como vimos anteriormente, por ausência de críticas à administração em curso, Vanhoni dirigia a valência negativa principalmente a outros fatores da política local e não diretamente à administração Taniguchi.

No caso de Beto Richa, a valência positiva também se aplicava à dimensão temporal de futuro, com significativa concentração no segundo turno. Em relação à dimensão passado/presente a valência positiva também é predominante quando comparada à negativa durante toda a campanha, o que confirma a intenção do candidato em não atacar a administração municipal em curso. Como se pode verificar, nenhum dos candidatos utilizou a estratégia da ameaça em suas campanhas. É importante lembrar que a estratégia da ameaça é típica de candidatos da situação.

Tabela 8 – Dimensão temporal com valência da dimensão temporal

candidato	valência dimensão temporal				mês			total
					agosto	setembro	outubro	
Angelo Vanhoni	positiva	dimensão temporal	passado presente	n	9	26	24	59
				%	15,3	44,1	40,7	100,0
			futuro	n	31	44	54	129
		%		24,0	34,1	41,9	100,0	
		indefinido	n	2	5	2	9	
			%	22,2	55,6	22,2	100,0	
	total			n	42	75	80	197
				%	21,3	38,1	40,6	100,0
	negativa	dimensão temporal	passado presente	n	15	17	11	43
				%	34,9	39,5	25,6	100,0
			futuro	n		1	2	3
		%			33,3	66,7	100,0	
		indefinido	n	1			1	
			%	100,0			100,0	
	total			n	16	18	13	47
				%	34,0	38,3	27,7	100,0
	neutra	dimensão temporal	passado presente	n	13	16	9	38
				%	34,2	42,1	23,7	100,0
futuro			n	2	14	10	26	
		%	7,7	53,8	38,5	100,0		
indefinido		n	17	9	13	39		
		%	43,6	23,1	33,3	100,0		
total			n	32	39	32	103	
			%	31,1	37,9	31,1	100,0	

Beto Richa	positiva	dimensão temporal	passado presente	n	12	14	11	37
				%	32,4	37,8	29,7	100,0
			futuro	n	13	36	72	121
				%	10,7	29,8	59,5	100,0
			indefinido	n	1	2	9	12
				%	8,3	16,7	75,0	100,0
	total	n	26	52	92	170		
		%	15,3	30,6	54,1	100,0		
	negativa	dimensão temporal	passado presente	n	4	5	17	26
				%	15,4	19,2	65,4	100,0
			futuro	n			1	1
				%			100,0	100,0
			indefinido	n			2	2
				%			100,0	100,0
	total	n	4	5	20	29		
		%	13,8	17,2	69,0	100,0		
	neutra	dimensão temporal	passado presente	n	4	8	5	17
				%	23,5	47,1	29,4	100,0
futuro			n		10	8	18	
			%		55,6	44,4	100,0	
indefinido			n	1	19	17	37	
			%	2,7	51,4	45,9	100,0	
total	n	5	37	30	72			
	%	6,9	51,4	41,7	100,0			

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

Ao final do primeiro turno, quando Beto Richa assumiu a liderança nas pesquisas de intenção de voto⁹, Vanhoni passou a adotar a estratégia de comunicação que se esperava dele, enquanto oposição, desde o início da campanha: dedicou mais espaço para desqualificação da administração em curso e do grupo que estava no poder havia 16 anos (contudo este espaço continuou relativamente pequeno); associou a imagem de Beto Richa à de Cássio Taniguchi e usou o tom de denúncia ao afirmar, por exemplo, que:

⁹ É preciso que se diga que, apesar da tendência de crescimento de Richa, durante o primeiro turno os resultados das pesquisas indicavam um empate técnico, ou seja, elas eram incapazes de indicar que candidato estava realmente à frente na disputa.

‘Beto prometeu e não fez’. No entanto, quando Vanhoni adotou tal postura, Beto Richa já havia criado a imagem de bom moço, cultivador de valores morais e pertencente à boa família. Com isso, Beto conquistara a simpatia e confiança da fatia conservadora do eleitorado curitibano e importantes setores localizados no centro do espectro eleitoral. A estratégia passou então a ter um efeito bumerangue. Para os eleitores, Vanhoni estava se comportando daquela maneira porque estava desesperado com a possibilidade de derrota.

O jogo da retórica em Porto Alegre: Raul Pont (PT) versus José Fogaça (PPS)

Em Curitiba, o PT foi surpreendido porque esperava ser o partido hegemônico da oposição local e acabou derrotado pelo discurso de Beto Richa pautado por um distanciamento quase opositor a Cássio Taniguchi. Em Porto Alegre, por sua vez, Raul Pont contava ser o candidato da situação e que todos os demais se colocassem na oposição. O petista imaginava que enfrentaria um discurso unificado marcado pela desconstrução do trabalho do PT ao longo dos 16 anos de administração local. No entanto, José Fogaça, seu principal adversário, não agiu como um opositor típico. Optou por não desqualificar o mundo atual. Em sua argumentação dizia que o mundo era bom, mas podia melhorar. Para melhorar era preciso mudar o grupo que estava no poder e a sua prática de governo. Fogaça se apresentava como a mudança serena e segura. A garantia estava na sua trajetória política, foram 16 anos no Senado, e no seu jeito de ser muito identificado com o porto alegreense.

A estratégia de Fogaça de não desqualificar a administração petista dificultou a argumentação do PT. Se o modelo tradicional de discurso eleitoral fosse seguido, Fogaça argumentaria que o mundo atual era ruim, e o PT, por seu turno, discorreria sobre um mundo atual bom. A partir dos dados das pesquisas Ibope sobre a avaliação da administração de João Verle, então prefeito, o discurso petista se aproximaria mais do mundo experimentado pelo eleitor.

De acordo com uma das proposições utilizada pela metodologia em tela (Figueiredo, 2000), se a interpretação que a situação faz do mundo atual for dominante, ela terá maiores chances eleitorais. Ou seja, se Fogaça dissesse que o mundo atual estava ruim e o PT dissesse que o mundo atual estava bom, conforme a percepção da maioria segundo a pesquisa Ibope, Pont teria maiores chances de vitória, pois a tendência era a sua representação do mundo atual tornar-se dominante.

Percebe-se, no entanto, que o mundo atual descrito por Fogaça e aquele apresentado por Pont eram muito semelhantes. Pont dizia que o mundo atual era bom, mas reconhecia que era preciso avançar ainda mais em alguns serviços e em algumas obras. Fogaça dizia que o mundo atual era bom, mas era preciso mudar o que não estava bom.

Cabe lembrar que os candidatos Onyx Lorenzoni (PFL/PSDB), Vieira da Cunha (PDT) e Jair Soares (PP) adotaram o discurso oposicionista tradicional, teceram fortes críticas à administração em curso, apontando graves problemas na saúde e poucos investimentos na área social. Esta atitude dos adversários favoreceu a campanha do PPS. Primeiramente porque fez com que Raul Pont dedicasse um vasto tempo de seu horário eleitoral defendendo os 16 anos de administração petista. Pressionado pelo discurso oposicionista, o candidato lançou mão de uma argumentação centrada na descrição do presente e do passado em prejuízo da apresentação de projetos para o futuro. Era a sua maneira de defender o bom mundo atual que apresentava.

O embate de avaliações sobre o presente reforçava nos eleitores a sensação de que havia coisas boas – apontadas pela campanha do PT – mas que também havia coisas ruins, tal como apontadas pelos adversários. Ou seja, instigava a percepção adotada por Fogaça de que a situação estava boa, mas podia melhorar.

A campanha de Pont no primeiro turno lembrava uma propaganda institucional da gestão da Frente Popular. O candidato, preocupado em defender o projeto de 16 anos do PT, optou por focar a apresentação das realizações e conquistas passadas. O seu programa era pautado pelos ataques dos adversários. Eles atacavam, e Pont criava um argumento para a defesa do projeto da Frente Popular. As pesquisas eleitorais atestam que a campanha cumpriu o objetivo de defender a administração, impedindo o aumento da insatisfação do eleitor com a gestão em curso, apesar de muitas críticas dos adversários.

A campanha de Pont adotou, portanto, um discurso típico de mandatário. Por isso, cabe ressaltar, que a Tabela 9 não reproduz a real associação da campanha de Pont ao projeto realizado em Porto Alegre. Isso porque a tabela mensura apenas a associação com a administração em curso, leia-se de João Verle, enquanto a campanha de Pont saía na defesa do projeto dos 16 anos.

Como era de se esperar Fogaça não fez associação com a administração em curso. Mas, se nos dedicarmos a fazer uma minuciosa análise de seu discurso, podemos notar que ‘nas entrelinhas’ Fogaça se apropriava de algumas boas realizações do PT. Como Fogaça conseguia fazer isso?

O discurso do PT foi ao longo de toda a campanha carregado de valores democráticos, com grande ênfase na participação popular. Ao iniciar a campanha, um dos *slogans* veiculados insistentemente nos programas era: “Porto Alegre, foi a gente que fez.” Ou seja, a própria campanha de Pont ‘afrouxava’ a ligação entre o sucesso da cidade e o desempenho do partido no governo. Propunha que tudo de bom que Porto Alegre tinha conquistado não era fruto da eficiente administração do PT, mas consequência da participação popular. Diante deste discurso, Fogaça se sentia à vontade para fazer a seguinte afirmação em seu programa: “Vamos manter tudo de bom que fizemos e mudar o que é preciso”. A frase não parecia estranha, afinal a própria campanha de Pont pregava que não foi o PT, mas a participação popular ‘quem fez’. Ou seja, a campanha de Pont não trouxe para si os bônus do projeto da Frente Popular.

Tabela 9 – Estratégias usadas para a disputa do cargo

principais candidatos	mandatário		mês			total	
			agosto	setembro	outubro		
José Fogaça (PPS)	associação à administração em curso	não	N	24	66	154	244
			%	9,8%	27,0%	63,1%	100,0%
	total		N	24	66	154	244
			%	9,8%	27,0%	63,1%	100,0%
Raul Pont (PT)	associação à administração em curso	não	N	18	127	63	208
			%	8,7%	61,1%	30,3%	100,0%
		sim	N	15	5	46	66
			%	22,7%	7,6%	69,7%	100,0%
	total		N	33	132	109	274
			%	12,0%	48,2%	39,8%	100,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

No caso dos ataques à administração municipal (tabela 10), Fogaça aumentou a participação dessa estratégia de campanha ao longo do período, tendo começado a campanha com pouco uso desse recurso. Cabe lembrar que no primeiro turno havia uma série de candidatos que atacavam muito a administração em curso; por isso, era absolutamente dispensável que Fogaça o fizesse. No segundo turno, o candidato passou a assumir este papel. Fogaça soube colocar nas mãos do PT todo o ônus de quem fica 16 anos no poder. Como

era de se esperar, o candidato do PT não fez qualquer ataque à administração durante seu horário eleitoral.

Tabela 10 – Estratégias usadas para a disputa do cargo

principais candidatos	desafiantes			mês			total	
				agosto	setembro	outubro		
José Fogaça (PPS)	ataque à administração	não	N	24	63	117	204	
			%	11,8	30,9	57,4	100,0	
		sim	N	0	3	37	40	
			%	0	7,5	92,5	100,0	
	total			N	24	66	154	244
				%	9,8	27,0	63,1	100,0
Raul Pont (PT)	ataque à administração	não	N	33	132	109	274	
			%	12,0	48,2	39,8	100,0	
	total			N	33	132	109	274
				%	12,0	48,2	39,8	100,0

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

A campanha de Pont propunha aos eleitores a continuidade do projeto do PT. O discurso do partido pregava que Porto Alegre já havia passado pela mudança necessária havia 16 anos, quando o PT chegou pela primeira vez à prefeitura. Para Fogaça, por sua vez, o momento era de mudança. Ele apontava a necessidade de uma mudança serena, pautada pelo respeito ao que fora feito e conquistado. Era preciso manter o que estava dando certo. O orçamento participativo, por exemplo, era apresentado como uma conquista do povo de Porto Alegre e, por isso, deveria continuar a ser adotado na administração de Fogaça. No entanto, era preciso mudar o que estava errado.

Ao propor mudanças, Fogaça apontava para o jeito de governar do PT. Criticava, por exemplo, a centralidade negativa que o partido teria no dia-a-dia da gestão municipal. O candidato do PPS falava na partidarização da prefeitura. Ele mencionava também o ‘jeito petista autoritário’ de decidir e citava exemplos de como em sua gestão as decisões seriam tomadas de maneira diferente. Em seu programa sobre educação, criticou a decisão da prefeitura de manter o sistema de ensino por ciclos sem uma consulta prévia à comunidade escolar, aos professores e pais. Para a sua administração propunha que o sistema de ensino seria revisto e para isso seriam realizados debates com toda a comunidade.

Além disso, o candidato do PPS argumentava que muitas coisas haviam sido feitas ao longo dos 16 anos de gestão da Frente Popular, mas que o partido poderia ter feito mais. E, se não fez, era porque não sabia fazer, afinal teve muito tempo e recursos para realizar.

Pont buscava argumentar com a população que, em uma cidade grande como Porto Alegre, por mais que a administração municipal realize muito, sempre haverá obras e serviços a serem feitos. E a realização do que ainda não tinha sido feito, a complementação dos serviços, seria a continuidade e não a mudança.

Diante do duro embate entre Pont e Fogaça, a dimensão temporal do passado ganhou relevância. Como já foi dito, Pont gastou muito tempo do HGPE apresentando as realizações da Frente Popular. Os dados da tabela 11 reforçam esta análise, pois mostram que no programa eleitoral do candidato do PT predominaram segmentos sobre o passado e presente, com concentração maior no final do segundo turno.

Tabela 11 – Dimensão temporal

principais candidatos				mês			total	
				agosto	setembro	outubro		
José Fogaça (PPS)	dimensão temporal	passado presente	N	23	36	97	156	
			%	14,7%	23,1%	62,2%	100,0%	
		futuro	N	1	18	47	66	
			%	1,5%	27,3%	71,2%	100,0%	
		indefinido	N		1	4	5	
			%		20,0%	80,0%	100,0%	
	total			N	24	55	148	227
				%	10,6%	24,2%	65,2%	100,0%
Raul Pont (PT)	dimensão temporal	passado presente	N	26	75	64	165	
			%	15,8%	45,5%	38,8%	100,0%	
		futuro	N	5	40	37	82	
			%	6,1%	48,8%	45,1%	100,0%	
		indefinido	N		4		4	
			%		100,0%		100,0%	
	total			N	31	119	101	251
				%	12,4%	47,4%	40,2%	100,0%

Durante a campanha do candidato adversário, também, predominaram segmentos relacionados ao passado e presente, com concentração dessa dimensão temporal no segundo turno. Cabe chamar a atenção que, no início da campanha, os segmentos do passado e presente também estavam relacionados à apresentação da biografia política de Fogaça e não apenas à avaliação da conjuntura.

Sobre os atributos dos candidatos (tabela 12), a primeira análise a ser feita é de que a campanha de Fogaça centrou muito mais na construção da imagem do candidato do que a campanha de Pont. Fogaça se posicionava como o político com experiência e capacidade para realizar. Cabe registrar que Fogaça utilizava a sua trajetória política para agregar valor à sua imagem pessoal. O candidato do PPS se empenhou muito na criação de uma identidade com o povo de Porto Alegre. Um de seus *slogans* dizia que Fogaça era: “a cara da cidade e o nome da mudança”.

Tabela 12 – Atributo do candidato

principais candidatos			mês			total	
			agosto	setembro	outubro		
José Fogaça (PPS)	atributo do candidato	pessoal	N	8	5	17	30
			%	26,7	16,7	56,7	100,0
		político	N	6	44	55	105
			%	5,7	41,9	52,4	100,0
		administrativo	N			5	5
			%			100,0	100,0
	total		N	14	49	77	140
			%	10,0	35,0	55,0	100,0
Raul Pont (PT)	atributo do candidato	pessoal	N		4	2	6
			%		66,7	33,3	100,0
		político	N	11	47	31	89
			%	12,4	52,8	34,8	100,0
		administrativo	N		2	3	5
			%		40,0	60,0	100,0
	total		N	11	53	36	100
			%	11,0	53,0	36,0	100,0

Pont, por seu turno, se posicionava como um integrante de um projeto de sucesso. Apenas no segundo turno o candidato passou a explorar com frequência a vinheta: “Pont é bom no que faz, Pont vai fazer muito mais”. Mas, embora a participação do atributo administrativo tenha crescido no segundo turno, ela continuou pouco significativa particularmente se considerarmos que Pont já fora prefeito e vice-prefeito da cidade.

Considerando a relação entre a dimensão temporal e sua valência (tabela 13), percebe-se que o candidato do PT utilizou principalmente a valência positiva em seus programas e especialmente em relação ao passado e presente, na tentativa de defender um mundo atual ‘bom’, resultado do projeto em curso na prefeitura. A valência positiva na dimensão futura só ganhou importância no segundo turno. Afinal, foi neste momento que a campanha de Pont passou a ser mais propositiva.

No caso do candidato da oposição, Fogaça, a valência positiva sobre o passado e presente predominou no mês de agosto, caiu em setembro e voltou a crescer no segundo turno. Foi no segundo turno que a valência positiva para o futuro ganhou força e passou a representar mais que o dobro da dimensão passado e presente. Neste momento, Fogaça expunha os seus projetos de mudança.

Diante das semelhanças discursivas dos dois candidatos, a decisão passou a ser focada na garantia. Pont apresentava como garantia os 16 anos da administração petista e, no segundo turno, começou a dar um pouco mais de ênfase à sua experiência pessoal enquanto ex-vice-prefeito e ex-prefeito da cidade. Fogaça, por sua vez, propunha como garantia a sua vida política, marcada por 16 anos no Senado Federal.

Os candidatos buscavam, naquele momento, invalidar os argumentos adversários. De acordo com Pont, Fogaça havia sido um senador pouco atuante, apresentando poucos projetos de lei, não tendo sido nenhum deles aprovados. Dizia ainda que ele não poderia cumprir a promessa de dar continuidade aos projetos do PT, particularmente ao orçamento participativo, pois o PPS não adotava o recurso da consulta nas cidade que administrava. De acordo com Fogaça, o PT de Pont já estava no poder havia 16 anos, tivera tempo e recursos suficientes para fazer o que precisava ter feito e, se não o fizera até aquele momento, não faria no futuro.

Tabela 13 – Dimensão temporal e valência da dimensão temporal

principais candidatos	valência dimensão temporal			mês			total	
				agosto	setembro	outubro		
José Fogaça (PPS)	positiva	dimensão temporal	passado	N	8	2	6	16
			presente	%	50,0	12,5	37,5	100,0
		futuro	N		3	15	18	
			%		16,7	83,3	100,0	
		total		N	8	5	21	34
				%	23,5	14,7	61,8	100,0
	negativa	dimensão temporal	passado	N	2	1	41	44
			presente	%	4,5	2,3	93,2	100,0
		total		N	2	1	41	44
				%	4,5	2,3	93,2	100,0
	neutra	dimensão temporal	passado	N			2	2
				%			100,0	100,0
			indefinido	N			2	2
				%			100,0	100,0
		total		N			4	4
		%			100,0	100,0		
Raul Pont (PT)	positiva	dimensão temporal	passado	N	18	48	37	103
			presente	%	17,5	46,6	35,9	100,0
		futuro	N	2	3	13	18	
			%	11,1	16,7	72,2	100,0	
		total		N	20	51	50	121
				%	16,5	42,1	41,3	100,0
	negativa	dimensão temporal	passado	N			4	4
			presente	%			100,0	100,0
		total		N			4	4
				%			100,0	100,0
	neutra	dimensão temporal	passado	N		1	2	3
				%		33,3	66,7	100,0
			futuro	N		5		5
				%		100,0		100,0
		indefinido	N		2		2	
%				100,0		100,0		
total		N		8	2	10		
		%		80,0	20,0	100,0		

Fonte: Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública - UFPR.

Conclusões

Os principais candidatos em Curitiba e em Porto Alegre não adotaram um comportamento típico no jogo eleitoral. Isso quer dizer que em Curitiba, Vanhoni não optou por um discurso padrão de oposição e que Beto Richa (vice-prefeito de Cássio Taniguchi) não adotou uma atitude de situação. Em Porto Alegre, a exceção foi Raul Pont que decidiu pela postura típica de situação, mas Fogaça não usou o discurso característico da oposição, principalmente no primeiro turno. Os candidatos agiram assim na expectativa de aumentar as suas chances de sucesso eleitoral.

Ângelo Vanhoni teria tido uma atitude característica da oposição caso tivesse optado por desqualificar ainda que parcialmente a administração de Cássio Taniguchi – mostrando que, na retórica do copo meio cheio ou do copo meio vazio, a situação da gestão da capital paranaense tendia para a segunda opção – e vinculado a imagem de Beto Richa ao prefeito. Não se sabe os motivos que levaram Vanhoni a rejeitar tal postura em um primeiro momento. É importante lembrar que na disputa de 2000, o candidato do PMDB, Maurício Requião, ao criticar a administração de Cássio perdeu muitos votos. Votos que posteriormente foram encaminhados para Vanhoni. Em 2000, Vanhoni não atacou a administração e cresceu aproximadamente 17% na intenção de voto apenas durante o período de veiculação do horário eleitoral do primeiro turno (de acordo com pesquisas Ibope daquele pleito). Em 2000, Vanhoni foi beneficiado pela estratégia de Maurício Requião.

Em 2004, não havia um candidato como Mauricio Requião. Havia Rubens Bueno do PPS com o seu discurso do voto limpo, pela ética. Neste pleito, Rubens Bueno era uma ameaça para Vanhoni. Uma estratégia de ataque errada poderia transferir voto do PT para o PPS.

Podemos dizer que Beto Richa se deslocou da situação rumo à oposição e parou no centro do espectro. Já Vanhoni se deslocou da oposição rumo à neutralidade e se posicionou um pouco mais próximo da oposição do que Beto Richa. Mas com estes deslocamentos, os discursos sobre os mundos ‘atual’ e ‘futuro’ ficaram muito semelhantes. Por esse motivo, o discurso eleitoral acabou focando e enfatizando as garantias ofertadas por cada candidato.

As garantias oferecidas por Vanhoni eram: a proximidade e facilidade de acesso aos governos federal e estadual, o PT e a sua trajetória de vida política

e pessoal. A principal garantia oferecida por Beto Richa era a sua experiência familiar junto a seu pai, ex-governador José Richa.

No final do primeiro turno, Vanhoni buscou mudar a sua estratégia de campanha na tentativa de adotar o comportamento padrão da oposição, mas era tarde. Beto Richa já havia adquirido a confiança e a simpatia do eleitorado. A estratégia teve um efeito bumerangue.

Comportamentos adversos levaram o PT a resultados negativos nas duas cidades. Em Curitiba, o partido se mostrou muito aberto a alianças e a estratégias mais personalistas e menos partidárias. Em Porto Alegre, o partido se comportou de maneira quase oposta, com uma chapa “puro sangue”, ou seja, candidatos a prefeito e a vice do PT, e com um discurso mais partidário do que personalista.

A campanha de Raul Pont se mostrou muito eficaz na defesa do projeto de governo da Frente Popular, mas não conseguiu persuadir o eleitor sobre o sucesso em uma próxima administração. Ou, de acordo com o que já foi mencionado anteriormente, possivelmente tenha negligenciado em associar o sucesso da administração da cidade ao desempenho do partido.

Podemos afirmar que não houve um discurso padrão do PT que foi derrotado. Os discursos do partido em Curitiba e em Porto Alegre foram muito distintos. Mas, muitas semelhanças existiram entre as estratégias de seus adversários. Ambos apresentaram um programa de governo voltado para quem mais precisa e se empenharam fortemente na criação de uma imagem de político sensato, inteligente, capacitado e moralmente exemplar. Ou seja, com objetivos de esquerda, mas com um jeito de fazer mais da direita.

Referências bibliográficas

- ALBUQUERQUE, Afonso. 1999. *Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão*. Niterói: Publicações do MCII-UFF.
- AZEVEDO, Fernando A. 2007. “Mídia, PT e eleições presidenciais (1989-2006)”. Trabalho apresentado no 6º Encontro da ABCP. Campinas: Unicamp, 29 de julho a 1º de agosto.
- CERVI, Emerson & SOUZA, Nelson Rosário de. 2004. “Imprensa e eleições municipais de Curitiba em 2000 e 2004: as coberturas da Folha do Paraná e da Gazeta do Povo”. *Revista Temas & Matizes*, n 6, p. 34-44. Disponível em [<http://e-revista.unioeste.br/index.php/temasematizes/article/view/538/449>]. Acesso em 10/11/2010.

- FIGUEIREDO, Marcus. 2000. “Estratégia de persuasão em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral”. In: FIGUEIREDO, Rubens (org.). *Marketing político e persuasão eleitoral*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer.
- HUNTER, Wendy. 2003. “Brazil’s new direction.” *Journal of Democracy*, v. 14, n. 2, p. 151-162.
- MAKYAMA, Catarina Teruco & PAULILO, Maria Ângela S. 2009. “O Partido dos Trabalhadores e a participação popular: um estudo de caso”. Trabalho apresentado no I Seminário Nacional de Sociologia e Política. Curitiba, 9 a 11 de setembro.
- MENDES, Gabriel. 2004. *Da Frente Brasil Popular à aliança capital/trabalho: as campanhas de Lula a Presidente de 89 a 2002*. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: IUPERJ.
- MIGUEL, Luis Felipe. 2006. “A palavra ‘aperfeiçoada’: o discurso do Partido dos Trabalhadores nas eleições de 2002”. In: LEMOS, André; BERGER, Christa & BARBOSA, Marialva (orgs.). *Narrativas midiáticas contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina.
- OLIVEIRA, Luiz Ademir de. 2005. *As estratégias retóricas na construção dos mundos de natureza ficcional da política: um estudo comparativo das campanhas de Belo Horizonte e Salvador na eleição municipal de 2000*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: IUPERJ.
- SAMUELS, David. 2004. “Las bases del PT: ideologia versus personalismo en su apoyo electoral”. *Revista America Latina Hoy*, n. 37, p. 63-80.
- SILVEIRA, Flávio. 2002. “Porto Alegre: a bipolarização gaúcha”. In: SILVEIRA, Flávio & CHAIA, Vera Lúcia (orgs.). *Estratégia, mídia e voto: a disputa eleitoral em 2000*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- SOARES, Murilo C. 2002. “Lula na TV: aspectos e limitações da retórica eleitoral do PT”. *Compós: GT Comunicação e Política*. Rio de Janeiro. Disponível em [<http://vsites.unb.br/fac/comunicacaoepolitica/Murilo2002.pdf>]. Acesso 5/7/2011.
- SOUZA, Nelson Rosário de. 2001. “Planejamento urbano em Curitiba: saber técnico, classificação dos cidadãos e partilha da cidade”. *Revista de Sociologia e Política*, nº 16, p. 107-122.
- VEIGA, Luciana F. & GONDIM, Sônia G. 2001. “A utilização de métodos qualitativos na ciência política e no marketing político”. *Opinião Pública*, v. 7, n. 1, p. 1-15.

VEIGA, Luciana; SOUZA, Nelson Rosário de & CERVI, Emerson. 2007. “As estratégias de retórica na disputa pela Prefeitura Municipal de São Paulo em 2004: PT, mandatário, versus PSDB, desafiante”. *Opinião Pública*, v. 13, n. 1, p. 51-73.

Resumo

As eleições municipais de 2004 foram as primeiras depois que o PT chegou ao Governo Federal. Instigava saber a estratégia discursiva do partido que vinha numa trajetória de moderação discursiva. Para este estudo, tomamos como objeto as estratégias do PT nas eleições de Porto Alegre e Curitiba. A escolha das capitais está fundamentada no antagonismo dos cenários políticos e da inserção do PT nas disputas, na primeira ele era situação, enquanto na segunda era oposição. Adotamos uma metodologia inspirada na proposta elaborada pelo grupo coordenado por Marcus Figueiredo para o estudo dos *spots* eleitorais, adaptada por nós para a análise dos ‘Horários Gratuitos de Propaganda Eleitoral’ (HGPE). Podemos afirmar que não houve um discurso padrão do PT que foi derrotado. Mas, muitas semelhanças existiram entre as estratégias de seus adversários.

Palavras-chave: PT; estratégias de retórica política; propaganda política; Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral.

Abstract

The 2004 municipal elections were the first held after the Workers Party (PT) reached the Presidency. This research is interested in identifying the discursive strategy adopted by the party, which was in the path of moderation. As the object of analysis we chose the strategies adopted by the party in the elections in Porto Alegre and Curitiba. The choice of the two capitals was based on the difference between the political scenarios and the insertion of the PT in disputes in both. In Porto Alegre, the party occupied the local government, while in Curitiba it was in the opposition. We adopted a methodology based on the proposal prepared by Marcus Figueiredo for the study of electoral spots, adapted by us to the analysis of the *Horario Gratuito de Propaganda Eleitoral* [Free Time for Electoral Propaganda]. We can say that the PT that was defeated did not adopt a standard rhetorical strategy. But there were many similarities in the strategies of their opponents.

Key-words: PT; strategy of electoral rhetoric; political advertising; Free Time for Electoral Propaganda.

Recebido em março de 2011.

Aprovado em julho de 2011.