

ELEIÇÕES 2010¹

Lineamentos sobre o contexto que envolve o atual pleito à Presidência da República

Profa. Ms. Maria José Castelano²

Segundo Caccia Bava (Le Monde, 2010, p. 03), alguns especialistas em marketing eleitoral identificam a aprovação do Presidente da República como o fator mais importante em uma eleição, o segundo fator seria o contexto econômico e o terceiro é o programa de governo, ficando por último, a identificação partidária.

Além disso, para este autor, “hoje, todas as campanhas majoritárias, especialmente as que disputam a Presidência da República, utilizam pesquisas de opinião para orientar suas mensagens eleitorais.” Por isso, “os estilos e a linguagem dos comerciais dos diversos candidatos /.../ vão ficando mais parecidos a cada eleição” (id. *ibid.*).

Faltando uma semana para as eleições, os principais candidatos à presidência não apresentaram, ainda, aos eleitores propostas claras que pretendem por em prática se forem eleitos. Na verdade, Marina e Dilma apenas protocolaram suas propostas de governo, recentemente, a qual a candidata Dilma somente nomeou de Diretrizes. Serra, até às vésperas da eleição, não havia protocolada sua plataforma de governo. (Folha de SP, 27/09/2010)

No entanto, independente destas fórmulas produzidas no calor das campanhas, processo de disputa com o objetivo de se conquistar o poder, alguns eixos da plataforma política dos candidatos foram delineados, nas últimas décadas, durante o governo de Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso e Lula, apesar das críticas atribuídas a estes governos, de caráter político, como sendo governos neoliberais.

Segundo estudo de Singer (2000, p. 165):

O eleitor decide seu voto a partir de predisposição de longo prazo e estímulo de curto prazo. Entre os estímulos de curto prazo, o

¹ Mural produzido em Setembro/2010. Coordenação: Maria José Castelano. Estagiários: Guilherme Dotti Grando, Fabíola Waiss Farherr, Fagner Guglielmi Pereira, Lucas Blank Fano, Lúcio Fellini Tazinoffo e Marcos da Silva de Oliveira.

² Docente do curso de História da UNIOESTE.

desempenho econômico dos governantes costuma incidir com grande impacto sobre o sufrágio /.../ sobre as disposições de longo prazo, por sua vez, elementos como a renda, a escolaridade, a identificação ideológica, são naturalmente levados em consideração na literatura internacional.

Diante deste quadro, qual o contexto social, político e econômico que (de) marca as eleições neste pleito de 2010?

Na década de 1980, uma grande crise assolou o país atingindo duramente os trabalhadores. Os salários foram corroídos pela inflação, empobrecendo ainda mais as classes sociais historicamente menos favorecidas. Os ramos econômicos voltados para o mercado de consumo popular estagnaram-se. Em 1988, quase 30 % da população recebia menos de um salário mínimo e cerca de 12 milhões de pessoas não obtinha rendimento algum. Além disso, os investimentos estrangeiros diminuíram, sendo os recursos nacionais canalizados prioritariamente para a especulação e a produção destinada à exportação e ao consumo supérfluo das elites. (Sader, 1990, p. 72-3)

Na eleição ocorrida em 1989, dentre os eleitores que votaram para presidente, aproximadamente 70% não tinha o curso primário completo e cerca de 80% não lia os jornais habitualmente, demonstrando a ausência de condições mínimas de informação para o pleno exercício da cidadania. Assim, o monopólio de audiência exercido pela Rede Globo teve papel decisivo na eleição de Collor de Melo, que representava os interesses da direita, apesar do discurso de cunho popular.

Já em fins de 1992, “o brasileiro estava quase 6% mais pobre do que em 1980, o desemprego alcançava milhões, o produto nacional decrescera em vários pontos percentuais e o estado, estruturalmente privatizado e falido porque privatizado, estava despedaçado em confusões...” (Chasin, 1989, p.89).

O Plano Real trouxe a estabilização econômica e o controle da inflação, que propiciou a permanência de Fernando Henrique Cardoso no poder por duas gestões, entre 1995 a 2002, apesar do seu caráter “anti-populista”.

Quanto ao contexto que delineia as atuais eleições é preciso considerar os dois períodos de forte queda do nível de pobreza extrema, nos últimos quinze anos. O primeiro, entre 1993 e 1995, durante parte do mandato do então presidente Fernando Henrique Cardoso. A percentagem de brasileiros que viviam em extrema pobreza, em 1993, ano anterior ao Plano Real, era de 35,31%. O segundo período de recuo da situação de pobreza da população foi entre 2003 e 2006, no primeiro Governo Lula. O número de brasileiros que viviam na extrema pobreza caiu para 19, 31%. Em 2006,

ainda havia 36,2 milhões de brasileiros vivendo com até R\$125,00 por mês.

Assim, os programas desenvolvidos ou ampliados pelo governo Lula (como o Bolsa- Família), os investimentos em educação iniciados em Governos anteriores, o controle inflacionário e expressiva ampliação de crédito contribuíram, de fato, para o avanço na luta contra a pobreza.

Para potencializar ainda mais esse cenário, em 2009, em meio à expansão da crise do mercado internacional, o governo de Lula incentivou a ampliação do consumo no mercado interno através de medidas como a redução de impostos e o aumento do emprego formal.

Os resultados dessa política econômica podem ser observados nos dados recentes da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), reveladores que os brasileiros passaram a possuir, cada vez mais, bens essenciais à vida doméstica. Em 2009, as estimativas apontaram para a quase universalização de alguns itens, como o fogão (98,5% dos domicílios), a geladeira (93,9%) e a televisão (96%). Ampliou-se, também, o acesso a microcomputador e internet, com destaque ao número de domicílios com telefone (móvel ou fixo), que saltou de 19% para 84,9%.

O bom desempenho da economia brasileira e os programas de distribuição de renda elevaram o percentual de apoio ao governo Lula (várias pesquisas de opinião indicam aprovação de 80 % da atual gestão), sobretudo da população mais pobre e setores mais ricos, apesar do descontentamento da classe média. Além disso, Lula obteve significativa projeção internacional.

As alianças do governo federal com setores conservadores do PMDB e com parcelas da burguesia nacional (é preciso considerar que o BNDES tem financiado os investimentos privados), assim como a manutenção de parte da plataforma do Governo de Fernando H. Cardoso, têm sido alvo de críticas de parte da intelectualidade vinculada à esquerda. Essas práticas, entre outras, denominada “Lulismo”, são identificadas a partir do referencial teórico da analítica paulista de “populismo”. Lula, como “pai dos pobres”, projeta a candidatura de Dilma Rousseff e tenta fazê-la sua sucessora, como a futura “mãe dos pobres”.

Em artigo publicado, recentemente, no Jornal Folha de São Paulo, intitulado “A história e seus ardis - O lulismo posto à prova em 2010”, Singer afirma que Lula definiu a agenda desta eleição ao aliar-se com o povo, no seu segundo mandato. O conceito de “populismo” erigido por intelectuais vinculados à analítica paulista para explicar

período que marca nossa história como a *era Vargas*, que têm como característica separar os acontecimentos políticos dos seus determinantes econômicos, poderia explicar os acontecimentos do presente?

O populismo é um conceito explicativo criado sob a influência do politicismo. Segundo Chasin, “o politicismo brasileiro arma uma política avessa ou incapaz de levar em consideração os imperativos sociais e as determinantes econômicas. A política sendo a administração do domínio de uns sobre os outros, mas sua apropriação pela perspectiva liberal a eleva como campo de resolução de todos os problemas.”

No quadro sociopolítico brasileiro, vitórias eleitorais e exercício regular de poder só têm sido possíveis na forma de conciliação de propósitos e da aliança de vetores políticos, no caso, a busca de intermediação entre os interesses dos setores populares e da burguesia nacional, com todas as contradições inerentes a esse propósito.

Chasin (1989, p. 116) analisando a necessidade de uma aliança nos partidos que se colocam a esquerda no pleito de 1989, afirma que tal aliança deveria objetivar a mudança do sistema de produção, na impossibilidade da superação do modo de produção. Esse seria o aspecto central do momento transitório primário na construção de uma plataforma cujos objetivos não deveriam se dar exclusivamente pelas necessidades cegas do capital, mas também considerar as necessidades humano-societárias organizada em torno do capital socialmente controlado.

Uma plataforma orientada para uma reordenação do sistema produtivo, deveria contemplar a produção para o consumo dos mais pobres. Tal aspecto, deslocaria assim, a tônica política, na medida em que o combate à miséria se torna o critério de governabilidade. A modernidade é identificada pela erradicação ou, pelo menos, à redução sistemática da miséria física, que implica o resgate também de dimensões espirituais (Chasin, 1993, p. 90).

Ou seja, a esquerda precisava naquele período de uma nova interpretação do Brasil – de sua evolução histórica, da natureza da sua formação social, do caráter da hegemonia dominante e dos blocos no poder- para estar em condições de ter uma estratégia própria. E hoje, qual é a tarefa daqueles que acreditam na possibilidade da superação da atual lógica societária?

Nas palavras de Chasin (1989, p. 121), “Quando a esquerda não rasga horizontes, nem infunde esperanças, a direita ocupa o espaço e draga as perspectivas: é então que a barbárie se transforma em tragédia cotidiana.”

Reflexões sobre algumas propostas eleitorais

*Fabiola Waiss Faherr³
Lucas Blank Fano⁴*

Em outubro, mais uma vez a população vai às urnas decidir “o futuro do Brasil”. O que há de novo nos projetos políticos defendidos pelos candidatos à presidência nestas eleições? Faremos algumas considerações sobre algumas propostas dos candidatos melhores posicionados nas pesquisas de opinião.

Diariamente somos bombardeados pelos telejornais com notícias acerca das eleições no país. Temos a impressão de estarmos sendo informado de tudo o que se passa nos bastidores, o que de fato não se confirma. Afinal, temos nove candidatos à presidência e a quantos a mídia dirige seus holofotes? A apenas quatro, sendo três deles porta vozes do modelo político, econômico e social que representam a continuidade, porque não revelam possibilidades de oposição efetiva, que sinalizasse com a ruptura do que está posto: a sociabilidade sob a lógica do capital, entendida aqui como uma relação social produzida historicamente a mais de duzentos anos. Quando os candidatos se voltam aos eleitores, sejam por meio de debates na televisão ou em bate-papos na web, as propostas, na maioria das vezes, dizem respeito a temas como saúde, segurança, educação e geração de empregos. A semelhança nas propostas não é mera coincidência.

Os candidatos que se apresentam como “mais experientes” ou “mais capazes”, em sua passagem pelo comando do Estado brasileiro, não utilizaram de toda a experiência para alavancar as reformas estruturais que pudessem ampliar a democratização, que permitiria a maioria da população brasileira, efetivamente, ter maior participação nos processos decisórios políticos e econômicos. Não se trata apenas de buscar uma reforma da política, “democratizar a política”, como alguns intelectuais vinculados à social-democracia têm proposto. As reformas de base exigidas pelos movimentos sociais pré-1964 ainda precisam ser retomadas: reforma política, reforma agrária, reforma da educação, além de tantas outras.

Os programas eleitorais dos candidatos Serra e Dilma, que atraíram maior atenção nos debates do primeiro turno, defendem a expansão das escolas técnicas de nível médio, amparadas no discurso de integrar mais rapidamente o jovem ao “mundo do trabalho”. O que, na avaliação dos candidatos, livrá-los-ia dos males da

³ Discente do 2º ano do curso de História da UNIOESTE.

⁴ Discente do 1º ano do curso de História da UNIOESTE.

marginalidade e do consumo das drogas.

A princípio a idéia é tentadora, afinal, qual jovem não quer ganhar seu próprio salário no final do mês para poder pagar a prestação de uma motocicleta e poder andar com o tênis da moda? Com certeza, todo jovem almeja a independência financeira. Mas os trabalhadores foram ou serão chamados para discutir tal proposta? Entendemos que esta proposta pode reafirmar a segregação do conhecimento presente na constituição da nossa sociedade. Não estamos negando aqui que todos os trabalhadores possuem conhecimento e capacidade intelectual. Mas a sociedade desigual em que vivemos, oriunda do sistema capitalista, inviabilizou processos revolucionários que permitiram conquistas de bandeiras democráticas erguidas no século XIX, e que não foram realizadas até hoje, como a democratização do acesso ao ensino em todos os níveis, a reforma agrária e a democracia social. A ampliação dos cursos técnicos é desejável, mas concordamos com o pensador italiano Gramsci, quando afirma que:

A tendência atual é a de abolir qualquer tipo de escola ‘desinteressada’ /.../ e ‘formativa’, ou de conservar apenas um seu reduzido exemplar, destinado a uma pequena elite de senhores e de mulheres que não devem pensar em preparar-se para um futuro profissional, bem como a de difundir cada vez mais as escolas profissionais especializadas, nas quais o destino do aluno e sua futura atividade são predeterminados. A crise terá uma solução que, racionalmente, deveria seguir esta linha: escola única inicial de cultura geral, humanista, formativa, que equilibre de modo justo o desenvolvimento da capacidade de trabalhar manualmente (tecnicamente, industrialmente) e o desenvolvimento das capacidades de trabalho intelectual.⁵

Pensar uma proposta em direção a uma escola única tem, por finalidade, a formação de seres humanos não apenas para desenvolver determinada especialização técnica e disciplina para o trabalho. Trata-se de buscar um processo educativo que permita também a formação intelectual dos trabalhadores, tornando possível sua participação mais democrática e não apenas como reprodutor da ideologia do capital e das relações atuais de trabalho capitalista. Em última análise, o Estado democrático deve garantir não apenas o acesso à Educação Básica de qualidade, mas garantir também o acesso à universidade pública a todos aqueles que assim desejarem, para que ela não seja um centro de excelência para formar os filhos das classes abastadas para

⁵ GRAMSCI, Antonio. Os intelectuais. Cadernos do Cárcere. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, p.33, Vol. 02

gerir e administrar o sistema desigual no qual vivemos. O acesso a uma educação pública de qualidade será significativa quando as reformas atingirem, também, as relações sociais de trabalho. Para que aos trabalhadores não reste apenas a função de operar máquinas, apertar parafusos e participar como votante nos processos de eleição de tempos em tempos.

Já as propostas da candidata Marina Silva giram em torno, principalmente, da defesa do meio-ambiente. Marina quer implantar o que, segundo ela, seria a “economia do século XXI”, com o desenvolvimento sustentável. Um dos problemas enfrentados é que o partido da qual ela faz parte, o PV, não conseguiu alianças nacionais fortes que dariam apoio político e econômico à sua candidatura. Dessa forma, torna-se difícil para a candidata conseguir chegar ao segundo turno, segundo as atuais pesquisas. Além disso, a sua candidatura tem recebido maior adesão da classe média e de universitários, tendo dificuldades e poucos recursos para chegar às pessoas mais simples.

Embora a imprensa apresente os candidatos Marina, Serra, Dilma e Plínio como únicas opções possíveis, existem vários outros candidatos vinculados aos partidos ditos “nanicos”. Dentre estes podemos citar alguns que se colocam na esquerda, como PCO, PCB e PSTU que, mesmo com o tempo ínfimo na televisão, vem trazendo em seus programas propostas que caminham na contramão dos projetos políticos apresentados pelos candidatos do PT, PV e PSDB e suas coligações. Propostas como as do PSOL de estatizar empresas privadas, ou como as do PCO e do PSTU que visam reduzir a atual jornada de trabalho de 44 horas para 36 horas semanais, sem, no entanto, reduzir os salários, viria beneficiar a maior parte da população brasileira, que são pessoas com menos condições financeiras e com maiores sobrecargas de trabalho. No entanto, na atual conjuntura, essas propostas mais estruturais e contraditórias foram deixadas de lado no debate eleitoral. Um dos motivos é que as campanhas são financiadas privadamente. Os partidos com menos apoio político não tem o mesmo tempo, na TV e no Rádio, que os partidos que possuem maiores recursos.

Analisando as propostas e alianças políticas dos candidatos à presidência, concluímos que aqueles programas que afirmam continuar diminuindo a desigualdade e melhorando a situação de vida da população brasileira, sem rupturas políticas e econômicas, têm conseguido maior apoio político de parte significativa dos eleitores, sobretudo os de baixa renda e de pouca escolaridade. A contradição desse processo é que estas plataformas políticas também têm recebido apoio das classes mais privilegiadas, porque representam a continuidade do atual modelo social, que tem

garantido altas taxas de lucros aos representantes do grande capital, isto é, dos interesses privados nacionais e internacionais.

O uso da internet na campanha eleitoral de 2010

Lúcio Fellini Tazinaffo⁶
Marcos da Silva de Oliveira⁷

A utilização da internet na atual campanha eleitoral tem conquistado novos adeptos. Diversos candidatos têm incorporado esta tecnologia na divulgação de suas campanhas. Tal fato levou o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a estabelecer regras para o uso da internet pelos candidatos. Por meio de *blogs*, redes sociais e *sites* de mensagens instantâneas os candidatos podem estabelecer um contato mais próximo com os eleitores, fazendo propaganda de suas propostas, respondendo perguntas das pessoas e, até mesmo, arrecadando dinheiro dos eleitores. Mas porque a internet tem sido usada nas campanhas? Quais as conseqüências que o uso da internet pelos candidatos pode trazer aos eleitores e a própria campanha eleitoral?

Um dos fatores que pode estar influenciando os candidatos à exposição das suas campanhas neste meio é a ampliação do acesso à internet. A divulgação de dados obtidos pelo PNAD, em 2009, demonstra que cerca de 27,7% dos domicílios brasileiros dispunham de microcomputador com acesso à internet.

Outro fator a ser refletido é a experiência positiva do uso da internet na última eleição para presidente nos Estados Unidos, em 2008. O candidato pelo Partido Democrata, Barack Obama, inovou a disputa presidencial fazendo uso da internet para criar um vínculo com os eleitores: ele conversava com todos, na linguagem de cada grupo social (idosos, artistas, latinos, etc.). A prova do sucesso de Obama explicitou-se pelo valor das doações que os eleitores, sobretudo empresas, fizeram pelo seu *site* - cerca de US\$ 500 milhões - e, é claro, pela vitória presidencial. Esse feito tem inspirado os políticos brasileiros a utilizar de todas as ferramentas possíveis que a internet dispõe - *blogs*, redes sociais, *chat*, etc. - para obter contato com as pessoas.

Assim como a televisão e a imprensa foram um marco em termos de influência

⁶ Discente do 1º ano do curso de História da UNIOESTE.

⁷ Discente do 2º ano do curso de História da UNIOESTE.

em 1989, quando ocorreu a primeira eleição direta para presidente, a internet se insere nesse cenário político como um mecanismo que pode influenciar os eleitores.

Levando em consideração o poder de influência da “Grande Mídia”, que em possui um posicionamento político, o seu uso, de alguma forma, pode distorcer notícias – criando idéias, pensamentos, posições – que não condizem com a realidade vivida e sentida tanto pelos candidatos, quanto pelos eleitores. Entretanto o eleitor não está sujeito somente a essa mídia, outros fatores influenciam em sua escolha, por exemplo: os amigos, familiares, identificações ideológico-partidárias, dentre outros.

Mas compreendemos que a consciência do jovem não é algo produzido apenas individualmente. O processo de conscientização inicia-se desde a infância, como reflexo da fração de sociedade civil da qual os indivíduos participam, das relações sociais tais como se aninham na família, na vizinhança, etc. (GRAMSCI, 2000, p. 44). Assim podemos inferir que os jovens, apesar da sua rebeldia com as gerações anteriores, adquirem a sua consciência a partir da sua inserção nas complexas relações sociais do tempo presente. Portanto, “a imprensa é parte mais dinâmica desta estrutura ideológica, mas não a única: tudo o que influi ou pode influir sobre a opinião pública, direta ou indiretamente, faz parte dessa estrutura.” (Id. *ibid.*, p. 78).

É essencial refletirmos sobre o fato de que a internet é um veículo de informação que, diferentemente das outras mídias, não é controlada por apenas algumas famílias. A internet pode se tornar um meio importante, nestas eleições, para os eleitores adquirirem informações relevantes sobre os candidatos?

Segundo reportagem da folha (Caderno Especial, p. 08, 26/09), a internet é uma arena aberta, cenário de *vale-tudo* na atual campanha eleitoral, pois o anonimato e publicação fácil tornam a rede canal de ofensas a rivais. Já uma campanha ofensiva na TV não é bem aceita pelo eleitorado. Por isso, os profissionais em marketing digital especializados em política arriscam mais suas táticas na internet do que nas mídias mais caras. Diferentemente de outras eleições, o eleitor tem a sua disposição algumas alternativas de obter, ou ampliar, as informações sobre o processo eleitoral de todo o Brasil. Entretanto, a maioria dos eleitores se encontra em “campo minado”, o qual a mídia bombardeia de todas as formas e tenta impor o seu domínio, ou seja, as suas preferências, buscando limitar o campo das escolhas de seu público.

A internet vem trazendo possibilidades tanto para os políticos quanto para os eleitores: de um lado os candidatos podem criar uma maior aproximação com os eleitores através das ferramentas que a internet oferece; por outro lado o eleitor pode

pesquisar sobre os candidatos e ter acesso a informações que não estão sob o controle deles. De qualquer forma, a influência da internet nessas eleições só poderá ser analisada efetivamente após o seu término.

Eleições 2010: Nada de Novo no Front.

*Fagner Guglielmi Pereira⁸
Guilherme Dotti Grandó⁹*

A utilização de recursos midiáticos nos últimos tempos - seja para a campanha política de vereadores e prefeitos em um momento, seja para deputados, governadores, senadores e presidente em outro momento - significou a vanguarda para divulgar campanhas de diversos candidatos e partidos políticos no Brasil. Embora nestas eleições, o uso da internet tenha avançado consideravelmente, a televisão continua a ser o meio de comunicação preferido para os “embates” políticos. Segundo o Programa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) os dados da pesquisa de 2009 revelam a quase universalização do acesso a televisão. As estimativas apontam para presença da TV em cerca de 96% dos domicílios brasileiros. Tais dados revelam a imensa presença dos televisores nas casas dos brasileiros e, conseqüentemente, podem ajudar entender o porquê se investe tanto em propagandas eleitorais nas emissoras de televisão, visto que serão assistidas por um público imenso.

Nos dias 5, 6, 7 de Setembro, a Rede Globo de televisão priorizou três candidatos para os debates em rede nacional. Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva foram os três dos dez candidatos selecionados para essa empreitada. Embora as divergências conjunturais sejam explícitas nos debates, que mais parecem embates, os projetos políticos convergem no sentido de dar continuidade a um projeto que beneficia uma determinada fração da sociedade. Recentemente, temos visto neste tempo televisivo destinado a campanhas eleitorais, promessas e posicionamentos que tendem a ressaltar as debilidades da situação. Mesmo que o projeto político desses que tecem críticas (principalmente os três supracitados) seja uma continuidade de um (neo) liberalismo, apresentado sob o signo de “social democracia” (seja popular ou privatista).

⁸ Discente do 3º ano do curso de História da UNIOESTE.

⁹ Discente do 2º ano do curso de História da UNIOESTE.

A tática do candidato José Serra vem sendo atacar a pessoa da candidata Dilma Rousseff. A opção de Marina Silva vem sendo enfatizar o embate entre os dois. Já a candidata Dilma Rousseff se escora no apoio e popularidade do atual presidente para divulgar sua imagem. Nesta toada, boa parte do tempo do debate serviu para explicações e especulações. Essa situação além de apontar para a dificuldade dos candidatos em definirem, com clareza, as suas propostas políticas, revelam que esse tempo de exposição na mídia é utilizado como tática para apresentarem as propostas de campanha que divergem apenas em conjunturas.

É interessante notar que aqueles ideários de direita têm perdido espaço e tem se afirmado um discurso “progressista”, quase em coro monocórdio, da toada da social democracia. Apesar de todas as contradições dos últimos governos, da manutenção do modelo econômico pautado no esforço exportador da agroindústria e da capitação de capitais com elevadas taxas de juros. A recente melhora ou ampliação de acesso a população brasileira das condições básicas de existência, como saúde, educação, habitação, bens de consumo duráveis e alimentação podem estar influenciando na mudança de tom das propostas dos candidatos mencionados. Após várias décadas milhares de brasileiros que foram duramente massacrados pelo “milagre econômico” tem conseguido sair das estatísticas de miseráveis sem, no entanto, haver qualquer sinalização para mudanças estruturais neste país.

Assim, as principais redes de televisão ao selecionar os candidatos que irão debater estão se posicionando em função de único projeto político, mesmo quando os candidatos se colocam como alternativas de oposição, ou seja, apesar de algumas diferenciações entre as propostas de campanhas, todos se colocam sob a perspectiva da sociabilidade do capital. Esse cenário ficou mais nítido, sobretudo, após o trágico fim das experiências pós-capitalistas e com o PT conquistando o poder político nas últimas eleições. A atuação desse partido, na última década, revela sua real compreensão da sociedade brasileira e, apesar das suas debilidades, tem colocada na agenda políticas sociais importantes que se iniciaram no governo anterior, com o Plano Real, que deu início ao controle inflacionário.

É evidente a utilização da TV para demonstrar o quanto um é mais competente que o outro para a presidência da República. A Candidata Dilma Rousseff utiliza esse espaço para divulgar sua campanha em torno da continuidade da gestão Lula. Questionada sobre o seu passado, em que atuou e fez militância na esquerda, num período duríssimo de nossa recente história, Dilma diz: “O Brasil mudou eu mudei”.

Dilma renunciou assim o seu passado? É esta dúvida que a oposição quis explorar no início da campanha. Além disso, o Partido dos Trabalhadores fundado nos anos 1980 renunciou sua proposta de “democracia socialista” ao chegar ao poder nos dias atuais? As incisivas provocações vinculadas na internet e em rede nacional pelo candidato do PSDB, José Serra, demonstram a fragilidade de seu programa. Nada de novo nos é apresentado. O primeiro contenta-se com a continuidade. O segundo parece estar mais preocupado com seu adversário eleitoral do que com suas propostas. Sua tática de campanha tem sido afastar-se do Governo do PSDB, do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso e se mostrar próximo de Lula. Outra estratégia é relacionar a quebra de sigilo da Receita Federal de membros do PSDB, de sua família e, recentemente, da Casa Civil a figura da ex-ministra, Dilma.

O tempo destinado para os candidatos são díspares. Dilma Rousseff leva vantagem em termos de tempo obtendo mais de dez minutos em cada bloco contra cerca de sete minutos do adversário Serra e pouco mais de um minuto de Marina Silva. Esses minutos são preciosos para a campanha, tendo em vista que mais de 30% dos televisores brasileiros estão ligados no *Jornal Nacional*, veiculado a Rede Globo de telecomunicações. Porém, a má utilização desse recurso pode refletir em impopularidade como resultado de uma tática equivocada. Um exemplo disso foi a tática inicial de campanha de José Serra, em que quanto mais se preocupa em falar mal de Dilma Rousseff, mais esta candidata avançou nas pesquisas eleitorais.

Deste modo, caminha para o fim mais uma campanha eleitoral. As estruturas continuam as mesmas, mantendo em uma zona confortabilíssima os candidatos a presidência, em que se eliminam as contradições, divisões e conflitos de classe. Mais uma vez nos é oferecido, de forma rasteira, uma única possibilidade de projeto social. Um grupo de candidatos, financiados por banqueiros, industriais, latifundiários compra um tempo privilegiado nos veículos de comunicação. Não se procura viabilizar nos debates uma reflexão que pautar a superação dos grandes problemas sociais. Para que o modelo burocrático atual continue, o uso da televisão tem exercido um papel fundamental. A proposta é nos apresentar um pouco mais do mesmo. O mesmo projeto social monopolista. O mesmo descompromisso com a realidade. Os mesmos métodos de tentar escamotear as contradições sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHASIN, José. A sucessão na crise e a crise na esquerda. IN: **Revista Ensaio**, São Paulo: Editora Ensaio, 1989, p. 1-122.

_____. **Brasil, a resistência ao neoliberalismo**. São Paulo: Ensaio, 1993

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, vol. II.

MENGARDO, Bárbara. O Futuro Será Verde?. In: **Caros Amigos**. N° 50. SP: Setembro de 2010, p. 12.

SADER, Emir. A esquerda brasileira e seus enigmas: que estratégia para qual esquerda? IN: SADER, Emir. **A vingança da história**. São Paulo: Boitempo, 2003.

_____, Emir. A transição no Brasil. São Paulo: Atual, 1990, p. 72.

SINGER, André. **Esquerda e Direita no Eleitorado Brasileiro**: A identificação Ideológica nas Disputas Presidenciais no Eleitorado Brasileiro de 1989 e 1994. São Paulo: EDUSP, 2000.

<http://www.tse.gov.br/internet/index.html>

http://hrcastro.wordpress.com/2007/09/26/brasil-registra-menor-indice-de-pobreza-dos-ultimos-15-anos/spot.com/2010/09/valor-economico_546.html

http://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sintese_de_Indicadores_Sociais_2004/Tabelas/Resultados/

<http://www.votebrasil.com/noticia/politica/tse-define-regras-para-uso-da-internet-nas-eleicoes-2010>

http://imasters.uol.com.br/artigo/10632/publicidade/obama_e_a_internet_o_casamento_perfeito/

<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI135457-15223,00.html>

<http://diplomatieque.uol.com.br/editorial.php?edicao=38&PHPSESSID=0901c41e3d65413cf10cdba766b20f8d>

<http://diplomatieque.uol.com.br/editorial.php?edicao=36&PHPSESSID=7344ed5e82e51d5534f731688bd39468>