

Imagem Pública e Teoria Social: percursos na construção de evidências empíricas

Processo de Produção de Conhecimento:
Investigação em Curso
GT17: Pensamento latino-americano e teoria social
Monalisa Soares Lopes

Resumo:

O encerramento dos mandatos de Lula, em 2010, colocou ao Partido dos Trabalhadores a exigência da produção de uma nova liderança que pudesse dar continuidade ao Lulismo. Pelas características de nosso presidencialismo (muita visibilidade e poderes concentrados) é inevitável que o ocupante do cargo construa uma imagem própria. Instigada por esse jogo de inovações e permanências possíveis à continuidade do Lulismo proponho estas questões: Que elementos compõem a imagem Dilma na gestão do executivo federal? Como a imagem de Dilma se insere na estratégia de continuidade política do PT no executivo federal?

Palavras chaves: Imagem pública, continuidade política, Lulismo.

Introdução

O tema da continuidade política esteve presente nas reflexões de autores clássicos e contemporâneos da teoria social brasileira. Parte dessa produção teórica se dedicou a pensar como os grupos políticos se reproduziram ao longo do tempo através do exercício de um domínio tradicional com práticas políticas clientelistas, relações de dependência e paternalismo entre os chefes políticos e a população (FAORO, 1975; LEAL, 1978; QUEIROZ, 1976). Com a retomada e consolidação da democracia no Brasil, pós-1988, esses processos de exercício do poder com vistas à continuidade política receberam novos contornos moldados, sobretudo, face ao processo de mediação da esfera pública e a instituição da reeleição no país a partir de 1998 (CARVALHO, 2011).

O processo de mediação da esfera pública caracteriza-se pelo fato de que o acesso às informações e opiniões sobre os acontecimentos políticos ocorre através, sobretudo, dos meios de comunicação, em detrimento da discussão pública, na interação face a face, das questões políticas (HABERMAS, 1984). Cabe ressaltar que, aliado a essa mediação da esfera pública, ocorreu um processo que Carvalho (1999) chamou de “padrão midiático-publicitário da política”. Esse novo padrão caracterizou-se pelo processo de incorporação de estratégias do campo do marketing publicitário para o campo político. Dentre as técnicas introduzidas, a autora destaca o uso da *imagem* como estratégia central da política contemporânea.

O olhar que privilegia o papel da *imagem* na dinâmica política contemporânea lança, portanto, novas luzes para a reflexão sobre a continuidade dos ciclos políticos nessa política mediada. Carvalho (2011) afirma que “representações sociais sobre *continuismo*, profundamente enraizadas no imaginário político brasileiro, sofrem um processo de re-significação a partir das regras operatórias da política de imagem” (p. 2). A tese da autora é de que com a mediação os ciclos políticos produzem

imagens marcas para identificá-los junto ao eleitorado e, inevitavelmente, entre as estratégias de reprodução política de um grupo passam a figurar também ações no sentido de articular imagens antigas e novas de modo a garantir a identificação do eleitorado. Por esse motivo, são tão necessárias reflexões sobre os impactos da imagem para a compreensão da continuidade de ciclos políticos.

Privilegiar a imagem na compreensão da dinâmica política é reconhecer que contemporaneamente as identificações produzidas entre representantes e representados ocorrem, em muitos momentos, mediadas pela publicidade política que se estabelece ao longo de todo processo político. A gestão dessas imagens tem, portanto, papel relevante para o sucesso ou insucesso dos grupos políticos no poder. Entender essas práticas de construção e gestão de imagens é revelador para a identificação dos elementos que concorrem para que determinados grupos se reproduzam no poder.

É em um diálogo com essa abordagem que essa produção se constrói. Nele pretendo problematizar quais as implicações dessas transformações na produção da política para os processos de continuidade, tomando como referência empírica o ciclo político petista em nível nacional no Brasil, consolidado a partir das experiências governativas de Lula e Dilma.

Imagem Pública: percursos de um conceito na Teoria Social

A construção de imagens públicas de governantes é uma atividade que pertence desde longa data ao repertório das tarefas políticas. A personalização do poder não é algo fruto das democracias de massa em ambiência midiaticizada, como afirma Peter Burke “o poder já era personalizado no século XVII” (2009. p. 209). Ao desenvolver seu célebre estudo sobre a construção da imagem pública de Luís XIV, o historiador além de reconstruir os percursos do reinado francês, busca realizar um cotejo entre a imagem de Luís XIV e seus predecessores. Em diversos trechos, Burke ressalta como a imagem do rei francês sofreu influência das imagens construídas para os imperadores romanos. Os adjetivos “Grande”, “Justo” e, o clássico, “Rei Sol” todos foram recursos discursivos acionados para construir as imagens dos imperadores e de Luís XIV.

A obra de Burke nos traz ainda outras considerações importantes como o pressuposto de que as formas simbólicas desempenham papel importante da prática política. A imagem, como forma simbólica, é tomada como representação em diversos contextos: fotografias/pinturas oficiais, imagem projetada nos meios de comunicação, imagem que chega à “imaginação” coletiva, entre outros. Por esse motivo, a imagem é a forma simbólica que mais nos permite perceber a prática política em sua dimensão encenada. Balandier (1982) reforça essa argumentação, na ideia de que toda ação política se baseia na encenação do poder. É por meio dessa encenação, da sua dimensão simbólica, que o poder político pode ser exercido com legitimidade, sem necessariamente recorrer à força.

Segundo Burke (2009), nas democracias presidencialistas com esferas públicas midiaticizadas, o exercício da persuasão torna-se indispensável, ao contrário do regime monarquista de Luís XIV. Nos regimes democráticos, ao invés de “enviado de deus”/ “senhor do mundo”, como o rei francês, os líderes políticos devem apresentar-se com um profundo respeito por seus eleitores. Afinal, o poder emana do povo. A imagem, nesse contexto, aparece como a possibilidade das lideranças políticas produzirem identificação com seus governados.

Carvalho (1999) afirma que a política contemporânea caracteriza-se cada vez mais por situar-se “no plano da produção, circulação e consumo de imagens” (p. 251). Para a autora, cabe ressaltar, que as imagens, preferencialmente constituídas como visuais, fazem parte de um composto mais amplo que são as imagens sociais. Estas, por sua vez, se estruturam em profunda relação com os imaginários sociais, que devem ser tratados não meramente como irrealidades, mas a partir da materialidade dos “efeitos que produz sobre os comportamentos sociais”.

Nesse sentido, Gomes (2004) argumenta a necessidade da construção da imagem pública estar diretamente relacionada com a identidade social do sujeito político, com vistas a garantir sua legitimidade. Desse modo, a imagem pública diz respeito a um valor ou conjunto de valores que devem

ser reconhecidos pelos membros do grupo social. A legitimidade é um reconhecimento, ou seja, para que ela seja efetiva o sujeito político deve também ser portador de credibilidade, mostrando-se assim capaz de persuadir e conseguir uma grande adesão.

A imagem pública de um governante envolve uma complexidade de elementos. Conforme Burke (2009), entendê-la exige a compreensão do processo de construção como algo coletivo que envolve a própria equipe de comunicação do governante, seus emissários/ministros, os representantes de outros poderes, os meios de comunicação, os opositores, o povo/público, entre outras. Nesse sentido, para Carvalho (1999),

“a construção da imagem se efetiva na confluência com outras imagens, não apenas de seus opositores diretos, mas dos acontecimentos politicamente significantes que povoam a atmosfera política em um determinado momento, cujos efeitos podem oxigenar ou carbonizar pretensões de sucesso eleitoral” (p. 108)

Podemos entender, portanto, que a construção da imagem percorre diversos caminhos onde se entrecruzam as características que o sujeito político quer evidenciar com as características que os interlocutores enfatizam nele. A partir disso, podemos compreender: 1) a importância que as pesquisas de opinião desempenham no processo de produção da imagem pública e 2) como em diversos momentos a imagem pode fugir ao controle do sujeito político e de sua equipe especializada em administrar sua imagem. Nesse sentido, depois de construída, a imagem continua a passar por um processo de re-alimentação, ou seja, uma vez construída ela permanece sendo trabalhada a fim de garantir sua continuidade diante dos imponderáveis que podem surgir nas disputas políticas ao longo do tempo.

Feitas essas considerações teóricas, passemos à análise das evidências empíricas sobre a construção da imagem pública de Dilma Rousseff e como isso implica na estratégia de continuidade do lulismo.

Evidências empíricas: a imagem de Dilma Rousseff e o lulismo.

A construção da candidatura de Dilma à presidência da república pelo PT se deu, sobretudo, pela decisão de Lula. Após a vitória eleitoral em 2006, o segundo mandato de Lula ganhou novas configurações. A queda dos principais ministros do primeiro governo, José Dirceu e Antonio Palocci, fez emergir novos quadros que ganharam força para disputar a sucessão de Lula em 2010, como: Tarso Genro, Ministro da Justiça, e Dilma Rousseff, Ministra Chefe da Casa Civil.

No debate interno ao PT, a escolha de Lula se fez decisiva para a definição de quem seria seu (sua) sucessor(a). Em meio a um cenário favorável ao seu governo, Lula iniciou um processo de apresentação de sua candidata em eventos públicos. Foi no dia 7 de março de 2008, durante a assinatura da ordem de serviço para obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) na comunidade do Complexo do Alemão, na cidade do Rio de Janeiro, que Dilma Rousseff recebeu, do então presidente Lula, o epíteto de “mãe do PAC”. Essa afirmação apresentou publicamente a possibilidade de que a então ministra, identificada com a dimensão técnico-gerencial do governo, viesse a assumir a tarefa de representar eleitoralmente a continuidade do ciclo político do PT no executivo federal. A referida cerimônia do PAC no Rio de Janeiro foi um dos cenários de construção da *imagem* Dilma. A construção da imagem pública de Dilma no período eleitoral reuniu as seguintes estratégias: a dimensão simbólica da herança, a valorização de sua condição de mulher e a ampliação da visibilidade de sua atuação técnica e gerencial.

A candidata

Um elemento importante da composição da imagem pública de Dilma foi a dimensão simbólica da herança das realizações dos Governos de Lula. Na eleição presidencial de 2010 se construiu um discurso marcado pela continuidade. Tal discurso estava diretamente relacionado com os resultados

produzidos pelos governos, sobretudo, no crescimento econômico e nas políticas sociais. Em avaliação, no período da campanha eleitoral, o presidente tinha uma aprovação de 78% e o governo de 77%, entre ótimo e bom. Além disso, 44% do eleitorado confirmava votar num candidato indicado por Lula. Tal influência orientou a construção da estratégia central da campanha de Dilma: o recurso discursivo “herdeira de Lula”.

Essa imagem de Dilma buscou identificá-la como a que daria continuidade ao projeto de transformação do Brasil num “país de todos e todas”; era nela que Lula confiava para entregar o “comando da nau” que deveria seguir no “rumo certo”. A exploração da relação de proximidade entre Lula e Dilma remete à “influência como transferência de créditos, na medida que o desejo do mandante opera a partir da tentativa de persuasão. Nesse caso, pode-se falar de prestígio ou capacidade de instituir uma herança simbólica baseada na confiança.” (BARREIRA, 2003. p. 185)

O cenário mais evidente de desenvolvimento dessa estratégia foram os programas eleitorais de Dilma. Em um dos programas ela e Lula dialogavam sobre os avanços promovidos pelo governo petista e a contribuição de Dilma em cada um deles¹. Em outro programa foram relatadas as histórias de vida dos dois, buscando uma aproximação de suas trajetórias². No Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) Lula afirmou que votar em Dilma significaria votar nele. E Dilma completou: “Podemos avançar ainda mais, o presidente Lula já nos ensinou o caminho”. Essas afirmações concorreram para a construção claramente orientada de um discurso que mostrasse ao eleitorado que o governo Dilma seria igual ao governo Lula, que a única forma de garantir a manutenção das conquistas obtidas até aquele momento seria através da eleição da “herdeira de Lula”. (PIRES, 2011. p. 18)

Concomitante à estratégia de “herdeira de Lula”, foi incorporado na campanha eleitoral o discurso de valorização da condição de mulher. Essa valorização presente nos discursos proferidos por Dilma ou sobre ela no período eleitoral encarna uma marca discursiva própria à participação das mulheres na política. Segundo Barreira (2003),

“a enunciação das diferenças, a construção ou desconstrução de identificações, envolvendo referentes de gênero, são temas comuns em campanhas políticas. As candidaturas de mulheres ensejam discursos, rituais e *slogans* que conformam o que pode ser nomeado de jogo de identificações e diferenças.” (p. 181)

Outra característica desse discurso da condição de gênero foi marcado pelo imaginário do pioneirismo. Nos programas eleitorais, Dilma foi apresentada como a primeira mulher a ocupar cargos de destaque da administração pública: primeira secretária da Fazenda de uma capital (Porto Alegre), primeira secretária de Minas e Energia de um estado (Rio Grande do Sul), primeira ministra de Minas e Energia e primeira ministra da Casa Civil. Essas informações buscavam reforçar na candidata as credenciais para se tornar a primeira mulher Presidente do Brasil.

Barreira (1998) também destaca a importância da construção desse discurso pioneiro nas campanhas de mulheres a cargos públicos,

É o caráter pioneiro das funções desempenhadas pela mulher no espaço público que confere ao seu papel um destaque, valorizando fundamentalmente a ruptura das interdições sociais. A frase “a primeira mulher a...” encontrada nas “biografias”, notícias de jornais e entrevistas, nomeia uma distinção e uma competência que podem atribuir legitimidade ao desempenho de outras mulheres com potencial semelhante. (p. 153)

A vitória eleitoral de Dilma, do ponto de vista dos símbolos acionados, foi possível em virtude do sucesso de uma imagem composta por elementos de continuidade, a herança política, assim como por elementos de inovação, o pioneirismo de uma mulher na Presidência da República.

¹ Programa Eleitoral veiculado na noite de 17 de agosto de 2010.

² Programa Eleitoral veiculado na noite de 26 de agosto de 2010.

A Presidenta

O exercício do poder a frente do executivo federal impôs à imagem pública de Dilma a necessidade de reconstruir-se a partir da dinâmica prática de gestão, ou seja, novos elementos foram sendo incorporados com vistas a manter a adesão e a identificação da população. Iniciou-se o processo de construção da imagem de Dilma na gestão que visa conquistar os “afetos positivos dos destinatários conduzindo-os a uma "escolha" ou “adesão” no jogo político regular” (CARVALHO: 2011. p. 5).

Entre a campanha e a posse, no processo de formação do governo Dilma, ficou claro que Lula ainda teria muita influência sobre o governo que seria capitaneado pela recém-eleita presidente, muitas indicações foram feitas pelo então presidente Lula e acatadas por Dilma. Por outro lado, Dilma buscou imprimir uma “marca” própria à gestão que se iniciava o que pôde ser claramente identificada em duas estratégias: 1) aumentou significativamente a presença de mulheres na nomeação dos ministérios³ e 2) colocou pessoas de sua estrita confiança em postos chaves do governo, como por exemplo: Alexandre Padilha no ministério da Saúde, Miriam Belchior no Planejamento, Fernando Pimentel no Desenvolvimento Social, esses três possuem relações pessoais com Dilma e já trabalharam com ela em outros momentos.

Ao longo dos primeiros meses de governo de Dilma, os acontecimentos foram evidenciando dois movimentos complementares: o primeiro por parte do ex-presidente Lula demonstrado na decisão de não aparecer publicamente, e o segundo por parte da própria presidente de chamar para si a responsabilidade pelas decisões tomadas em seu governo⁴.

Grande parte das matérias de jornais e revistas de circulação nacional tem buscado demonstrar uma “autonomização” de Dilma face à imagem e às práticas políticas de Lula. Em seu primeiro ano de gestão, sete ministros indicados pelo ex-presidente foram demitidos⁵, e os ministros que fogem da confiança da presidente são “vigiados”⁶ por pessoas de sua estrita confiança que ocupam cargos estratégicos nos ministérios.

O acompanhamento diário dos acontecimentos políticos através da mídia tem revelado que há um processo de mudança entre a imagem de Dilma na campanha e na gestão. Como apontado, a vitória de Dilma ocorreu graças à popularidade dos feitos do Lulismo (realizações e imagem construídas nos Governos Lula), entretanto, quando chegou à presidência ela teve que realizar um processo de dissociação com seu criador. A partir desses dados, podemos perceber que ao longo de seu primeiro ano de mandato, Dilma tem realçado alguns elementos da sua imagem pública, construída anteriormente, e agregando novos, ampliando assim a dimensão simbólica de sua representação.

Dentre os elementos realçados, destaca-se a identidade de mulher que marcou seu discurso de posse e o discurso realizado na abertura da Assembleia Geral das Nações Unidas (ONU), em ambos, Dilma apresentou seu orgulho do pioneirismo: ser a primeira mulher a governar o país e a abrir uma Assembleia geral da ONU. Outra ação que reforçou a condição de gênero refere-se à lei 12.605, sancionada em abril de 2012, que obriga as instituições de ensino públicas e privadas a empregar a

3 Miriam Belchior, Planejamento; Iriny Lopes, da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres; Mária do Rosário, da Secretaria de Direitos Humanos; Ana de Hollanda, da Cultura; Ideli Salvatti, da Secretaria de Aquicultura e Pesca; Helena Chagas, da Secretaria de Comunicação Social; Luiza Helena de Bairros, da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial; Tereza Campello, do Desenvolvimento Social e Combate à Fome; e Izabella Teixeira, do Meio Ambiente.

4 Em entrevista à Revista Veja, em março de 2012, Dilma chegou a dizer que a responsabilidade pelas decisões como presidente da República são exclusivas dela, que poderia até se aconselhar com o ex-presidente Lula e outros, mas que no fim a decisão era solitária e sua.

5 Antonio Palocci da Casa Civil, Alfredo Nascimento dos Transportes, Wagner Rossi da Agricultura, Pedro Novais do Turismo, Orlando Silva dos Esportes e Carlos Lupi do Trabalho todos por denúncias de corrupção, e Nelson Jobim da Defesa pelas críticas públicas que fez ao governo e ministras importantes.

6 Matéria da Revista Istoé intitulada “Os olheiros de Dilma”. Link: <http://www.istoe.com.br/reportagens/146946_OS+OLHEIROS+DE+DILMA> , acesso em 10 de agosto de 2013.

flexão de gênero para nomear profissão ou grau nos diplomas expedidos, assim a função de Dilma Rousseff passa a ser designada por Presidenta.

O elemento novo que se agrega à imagem pública e que emergiu a partir do exercício da gestão foi a identificação de Dilma com o combate à corrupção. Em pesquisa do Instituto Datafolha, de setembro de 2011, o percentual de avaliação de Dilma subiu dois pontos percentuais, de acordo com os dados, a melhora na avaliação foi atribuída ao “combate da presidente à corrupção”. A demissão dos ministros contribui para uma identificação de Dilma como uma gestora eficiente na resolução de crises políticas. Essa identificação e reconhecimento puderam ser percebidos não somente entre a população entrevistada pelo Instituto Datafolha, mas também entre as organizações de mídia e os opositores.

A grande mídia impressa (Veja, Estadão e Folha de São Paulo) classificou as ações da presidente como “faxina da ética”, com esse termo houve um claro reconhecimento de que algo estaria efetivamente sendo feito para combater a corrupção. Entre os opositores, foi o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) que fez o reconhecimento público das ações de Dilma no combate à corrupção.

O reconhecimento dos opositores vem fortalecer a imagem pública de Dilma, a Presidenta vai demonstrando um modo próprio de gestão que se identificaria com a proatividade para enfrentar desafios da cultura política brasileira, com as demissões dos ministros. Dilma enfrentou os problemas, tomou decisões, demonstrou sensibilidade às denúncias, o que desencadeou em ganhos positivos para sua *imagem*.

A reafirmação da condição de mulher e a proatividade na “resolução” das denúncias de corrupção em seu governo foi durante o primeiro ano de gestão as principais estratégias de Dilma Rousseff para consolidar uma imagem pública que lhe fosse favorável seja diante da população, da mídia e até mesmo dos opositores. Essa estratégia na construção da imagem de Dilma recebeu adesão popular, em todas as pesquisas de opinião realizadas para avaliação do seu governo e de sua liderança como presidenta, chegando inclusive a bater os recordes de avaliação de seus antecessores (FHC e Lula).

Contando com ampla aceitação popular, a partir do segundo ano de gestão, Dilma passou a assumir uma postura que reforçava sua dimensão técnico-gerencial e a distanciava de uma gramática política na constituição da imagem e estilo de liderança. Já no segundo ano de seu mandato, a presidenta passou a assumir algumas posturas de conflito com o Congresso Nacional, materializado no corte de emendas parlamentares e no reforço das práticas de veto à leis aprovadas pelo congresso. Ao longo do segundo e no início de seu terceiro ano de mandato, Dilma passou a reforçar os aspectos gerenciais da sua imagem, os quais passaram a identificá-la com uma líder bastante centralizadora e com tendência a pouco diálogo e negociação com os congressistas.

Tomo como expoente para exemplificar essas marcas da imagem de Dilma o episódio em torno das discussões e aprovação do projeto de lei do novo Código Florestal, que ocorreram entre maio de 2011 e abril de 2012. Essa conjuntura revelou-se um momento ímpar para a compreensão da relação que Dilma constroi com seus ministros, com os congressistas e com a sociedade civil, o que impactou diretamente na construção de sua imagem pública.

O Código Florestal foi um projeto de lei que envolveu bastantes conflitos entre os interesses de ambientalistas e de setores dos ruralistas, os principais pontos que compunham o debate eram: reserva legal, áreas de preservação permanente e mata ciliar. A votação do texto passando pela Câmara, Senado e Câmara novamente saiu numa versão que atendia aos interesses dos ruralistas e desagradava o governo federal, pois este defendia uma legislação menos permissiva em relação ao desmatamento. Diante dessa situação articulou-se no âmbito da sociedade civil, em especial em torno dos movimentos ambientalistas, uma mobilização para que Dilma vetasse o projeto de lei aprovado pelo congresso.

O “Veta Dilma”, como ficaram conhecidas as manifestações que solicitavam a negação da presidenta ao projeto de lei aprovado do novo Código Florestal, ocorreu em algumas cidades brasileiras e se estendeu às redes sociais, ganhando a adesão de militantes ambientalistas e também artistas engajados com a defesa do meio ambiente. Num evento que contou com a participação da presidente

no Rio de Janeiro, a atriz Camila Pitanga, cerimonial do evento, quebrou o protocolo e disse : “Veta Dilma”. Como desfecho desse embate entre ambientalistas e ruralistas, Dilma propôs um veto parcial que garantia pontos desejados por ambos os grupos. O governo apostou numa estratégia de mediação, nas palavras do ministro da agricultura, Mendes Ribeiro, “Esse não é código dos ambientalistas, não é o código dos ruralistas, este é o código do bom senso” (FSP, 25 de fevereiro de 2012). Desse episódio é interessante destacar como a sociedade civil ao manifestar-se a favor do “Veta Dilma” aponta para a ideia de que a percepção de que a presidenta mostra-se disponível para um provável embate com o congresso na medida em que se dispõe a vetar leis (ou trechos) aprovados por este.

As discussões em torno do Código Florestal também revelaram uma caráter centralizador da presidenta na relação com sua equipe ministerial. Após a apresentação dos vetos presidenciais ao texto aprovado pelo congresso por meio de uma medida provisória, uma equipe mista composta por representantes da Câmara Federal e do Senado votou um relatório com alterações no ponto que se referia às distâncias mínimas de recuperação da preservação nas margens dos rios (reduzindo a distância proposta pelo governo). Nesse cenário, alguns jornais nacionais apontavam para a existência de um acordo do governo com os congressistas para aprovação do relatório do Código Florestal, no qual estaria incluso essa alteração pela redução. A presidenta soube desse provável acordo por meio dos jornais, e em reunião do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social, escreveu um bilhete para as ministras Ideli Salvatti (Relações Institucionais) e Izabella Teixeira (Meio Ambiente) cobrando de ambas explicações sobre a aprovação do Código Florestal e a participação do governo nela: "Por que os jornais estão dizendo que houve um acordo ontem no Congresso sobre o Código Florestal e eu não sei de nada?". Em resposta a presidenta recebeu a informação de que a orientação governamental para a base aliada foi de defesa do texto apresentado na medida provisória enviada ao congresso. Diante do “mal entendido”, Dilma reafirmou em seu discurso o controle sobre as decisões em seu governo: "o governo está aberto a negociações, mas não assume responsabilidade por negociações que não foram feitas com a presença dele". (FSP, 30 de agosto de 2012).

Dilma Rousseff concluiu seu segundo ano de governo ainda com boa avaliação, mas já colhia os frutos do cenário econômico internacional. As taxas de crescimento, inflação e desemprego passavam por uma avaliação pessimista tanto por parte de especialistas como da própria população. Na primeira avaliação do ano de 2013, em março, a presidenta bateu o recorde de sua avaliação positiva chegando a 63% de ótimo e bom, já na segunda produzida em junho revelou-se a primeira queda na popularidade⁷, nela o percentual de ótimo e bom caiu 8 pontos percentuais chegando a 55%. O cenário relativamente negativo em que estava inserida a avaliação da presidenta teve seu ápice e consolidação ainda no mês de junho com a onda de manifestações que tomou de conta do país.

As manifestações ocorridas em junho de 2013 no Brasil se iniciaram em São Paulo, tendo como origem mobilizações contra o aumento da tarifa de transporte público, houve inicialmente uma forte repressão policial o que concorreu para a ampliação de manifestantes. Com o início da Copa das Confederações, as manifestações se espalharam pelo país, sobretudo, nas cidades sede dos jogos. O primeiro episódio foi em Brasília, cidade de abertura do evento, onde ocorreu uma manifestação em frente ao estádio, as bases das críticas eram os altos gastos com a construção de estádios. Nesse evento ocorreu também uma expressão pública de insatisfação com Dilma, ao ser anunciada pelo presidente da FIFA Joseph Blatter, a presidenta foi vaiada. Após essa manifestação, passaram a ocorrer mobilizações em todas as cidades-sede de jogos da Copa das Confederações. As manifestações não apresentavam uma pauta clara, as demandas apresentadas nas ruas eram as mais diversas possíveis que foram assim interpretadas pela presidenta: melhorias do serviço público e reforma política. Em seu primeiro pronunciamento oficial, em 22 de junho de 2013, Dilma afirmou que as manifestações eram legítimas, que faziam parte do repertório de uma sociedade que avançou nas conquistas nos 10 anos de governo

⁷ Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/06/aprovacao-do-governo-dilma-vai-55-aponta-pesquisa-ibope.html>>. Acesso em 12 de agosto de 2013.

do PT e que agora estava apontando onde mais queria chegar e conquistar. O pronunciamento não surtiu o efeito positivo esperado, e Dilma voltou a se pronunciar numa reunião que convocou com prefeitos de capitais e governadores, nessa ocasião a presidenta foi mais propositiva e apresentou um plano de mobilidade urbana a ser construído com os prefeitos e governadores e sugeriu a convocação de uma Assembleia Constituinte exclusiva para reforma política. Esse foi o ponto mais polêmico, pois ele evidenciava um provável conflito com os congressistas, já que “denunciava” que os mesmos não tinham condições de fazer por si a reforma, e com os juristas, tendo em vista que Dilma não chegou a conversar com nenhum representante do poder judiciário. Esse episódio rendeu profundas divergências, os ministros do Supremo Tribunal Federal logo evidenciaram a impossibilidade legal de realizar uma constituinte exclusiva para reforma política, diante desse posicionamento o governo recuou e propôs a realização de um plebiscito para consulta popular de pontos a serem incorporados na reforma a ser realizada pelos congressistas. O governo tinha urgência em realizar o plebiscito, para que as regras pudessem valer já para as eleições de 2014, com isso buscava evidenciar o compromisso em responder as demandas das ruas. Entretanto, as decisões tomadas pela presidenta e sua equipe ministerial, foram consideradas unilaterais pelos congressistas e não houve consenso em apoiar a proposta do governo, assim a provável resposta à demanda da reforma política ficou esvaziada.

Nesse cenário de desencontro entre a presidenta e o congresso nacional foi realizada mais uma pesquisa de popularidade, os desgastes com as mobilizações nas ruas foram fortemente sentidos, a aprovação do governo de Dilma entre ótimo e bom caiu 24%, indo de 55% para 31%. Após esse revés, a presidenta fez uma inflexão na sua imagem e estilo de liderança, após a onda de manifestações passou a receber grupos de interesse organizados e movimentos sociais, atividade que nunca havia realizado em todos os meses de governo, passou a reunir-se mais com os líderes partidários e, sobretudo, com os senadores buscando construir uma pauta coletiva que garanta os interesses do governo e os do congresso nacional.

Considerações Finais

Nessa produção busquei compreender o processo de construção da imagem pública de Dilma Rousseff, no intuito de entender que elementos são acionados com vistas a produzir identificação simbólica e adesão por parte do eleitorado/população. Pudemos ver que na campanha a eleição de Dilma se baseou, sobretudo, na imagem de herdeira de Lula, entretanto, ao longo de seu mandato a presidenta foi buscando construir espaços de autonomização e que evidenciavam marcas próprias de seu estilo de liderança. Dentre essas marcas, destacamos a centralização gerencial que se evidenciou no estilo de controle de sua equipe ministerial e no enfrentamento e conflito com o congresso nacional. Essa estratégia teve êxito garantindo por muitos momentos o aumento da popularidade de Dilma e da boa aprovação de seu governo, os percalços surgiram com a emergência do cenário econômico não tão favorável que culminaram com a onda de manifestações em junho de 2013. O isolamento diante do congresso nacional e o afastamento dos grupos sociais historicamente ligados ao PT possibilitaram que Dilma sofresse uma forte fragilização em meio às manifestações de rua. A presidenta estava sozinha parecia estar sozinha, rodeada de seus ministros sem tanta expressão política. Após esses percalços, Dilma buscou virar o jogo: ampliou sua visibilidade midiática (entrevistas e pronunciamentos à imprensa), passou a dialogar com movimentos sociais, propôs um trabalho em conjunto com o congresso nacional, reforçou sua atuação no campo da política econômica. Essas estratégias parecem estar surtindo efeito, no dia 10 de agosto, saiu uma pesquisa de avaliação e o governo conseguiu recuperar 6% de aprovação, a esperança no país também aumentou e a confiança em Dilma também. Daqui cabe-nos continuar acompanhando as movimentações do jogo político e as perspectivas para 2014.

Referências Bibliográficas

BALANDIER, Georges. O poder em cena. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982.

BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. Imagens e Sombras: jogos de apresentação e influência em campanha eleitoral. In: CARVALHO, Rejane Vasconcelos A. de (org). *A produção da política em campanhas eleitorais – eleições municipais de 2000*. Campinas: Pontes, 2003. p.165-190.

BURKE, Peter. *A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

CARVALHO, Rejane Vasconcelos A. *Ciclos Políticos: reflexões teóricas e apontamentos empíricos sobre as condições de longevidade política em esferas públicas midiaticizadas*. Artigo apresentado no IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WA POR, Belo Horizonte – Brasil. Maio, 2011.

_____. *Transição democrática brasileira e padrão midiático publicitário da política*. Campinas: Pontes/UFC, 1999.

GOMES, Wilson. *As transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tradução: Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. 398p.

PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz. *A construção da imagem pública política de Dilma Rousseff (PT) como “Mãe do povo” brasileiro*. Artigo apresentado no IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR, Belo Horizonte – Brasil. Maio, 2011.