

A Produção de Mitos na Política

A Imagem Pública de Lula no Cenário Midiático

Ada Kesea Guedes Bezerra, Elizabeth Christina de Andrade Lima*
Universidade Federal de Campina Grande

Índice

1. Introdução	2
2. Afirmção de um Líder Político Carismático	7
3. Perspectivas sobre o Conceito de Mito e Mitologias Políticas	11
4. O Mito como Narrativa de Origem e a Dessacralização nas Sociedades Modernas	14
5. Mito e História	17
6. Racionalidade e Emoções na Política – de Georges Sorel a Ernest Cassirer	22
7. O Mito Político como Revelador Ideológico	24
8. Considerações Finais	26
9. Referências Bibliográficas	28

*Jornalista, graduada em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Mestre em Sociologia pela Universidade Federal de Campina Grande - UFCG. Atualmente é doutoranda em Ciências Sociais também pela Universidade Federal de Campina Grande - UFCG, bolsista da CAPES onde desenvolve pesquisa para elaboração de Tese de Doutorado desde 2007 sob a orientação da Profª Drª Elizabeth Christina de Andrade Lima. E-mail: ada.guedes@gmail.com.

1. Introdução

O estudo das práticas políticas no cenário midiático nos permite interpretar um campo de significações culturais em torno do imaginário social e dos comportamentos dos atores políticos envolvidos nas relações de poder que permeiam o universo tanto dos personagens e figuras públicas quanto dos indivíduos que com estes interagem através da experiência midiática e do exercício da democracia. Esta centralidade da mídia como palco privilegiado de atuação política e eleitoral, permite a instituição e o fortalecimento dos processos de espetacularização, a personalização de candidatos e a propagação de discursos perpassados de elementos simbólicos e míticos.

A produção de mitos na política, na verdade, não carece dos meios de comunicação de massa para tal, porém, entender a atuação de um mito político na atualidade pressupõe conceber a priori, a participação destes meios nesta constituição. É nosso intento na presente tese apreender como se efetiva esta construção na contemporaneidade tendo como circunstância principal à mídia impressa e eletrônica enquanto veículo disseminador dos discursos e narrativas que cercam, apresentam e elaboram o mito político. Este texto se constitui, portanto, num ensaio sobre as diferentes abordagens e conceituações sobre o mito político enquanto temática central deste estudo.

Para tanto, é relevante, antes de tudo, esclarecer que mito político não é simplesmente um fenômeno, uma pessoa, um partido ou uma idéia, mas sim a representação que se faz de determinados fenômenos, pessoas ou idéias. A elaboração de um mito acontece sobremaneira a partir da contínua repetição e reelaboração de uma imagem. Ou seja, quando se pretende compreendê-lo e interpretá-lo, é a uma narrativa que se analisa. É a seqüência de uma história contada, repetida e reelaborada que vai dando corpo, substância ao mito. Neste sentido, a finalidade aqui é entender e explicar como vem se dando à construção da imagem pública de Luis Inácio Lula da Silva a partir do acionamento de elementos simbólicos e míticos tendo como palco de atuação desta imagem o cenário midiático.

A escolha e definição do personagem justifica-se primeiro, pela particularidade de sua trajetória: uma mesma personalidade, líder político advindo da classe operária, sem formação superior, concorrendo ao mesmo cargo público, por cinco disputas seguidas, imerge com características distintas em momentos diferentes desencadeando na conversão de uma imagem pública totalmente construída para transitar em meio aos cenários criados pela mídia; segundo, pelo significado de sua vitória em termos culturais tanto no que confere às transformações empreendidas em sua imagem para alcançar a vitória, quanto ao resultado final que expressou uma mudança singular no comportamento

do eleitor brasileiro com tradição arraigada de ter como governantes figuras profissionais como: Marechais, Generais, Promotores e Sociólogos, e terceiro, pela permanência desta imagem no cenário político após o mandato de 2002, depois de um governo marcado por denúncias de corrupção com ampla aceitação por parte do eleitorado que lhe confere a segunda vitória, na reeleição em 2006.

Assim como a imagem de Lula transita na cena pública a mais de três décadas, passando por modificações, as práticas políticas e eleitorais também se reconfiguraram e como a performance de uma imagem está condicionada ao cenário em que atua, é imprescindível entender tais transformações.

O que se observou no âmbito político nas últimas décadas foi que no anseio de atingir as mais distintas camadas sociais, os discursos dos candidatos aparecem esvaziados de conteúdos e com programas de governo repetitivos, seguem a linha do que Afonso de Albuquerque (1995) apontou como partidos *catch-all*, terminologia americana utilizada para determinar os partidos que se aproximam do centro político do eixo ideológico no qual se encontra o maior número de eleitores com a finalidade de conquistar a preferência da maioria, e se a maioria é de preferência indefinida, indefinidos também serão os programas de governo. Como os programas partidários apresentam-se muito parecidos, os eleitores passam a buscar critérios de diferenciação de propostas políticas no perfil dos candidatos apresentados.

A espetacularização na política cerceada pela personalização de candidatos não constitui fenômeno recente, a prática é recorrente a líderes, reis, imperadores das mais remotas atuações ao longo da história, mas desde o século passado é impossível ignorar as transformações advindas da onipresença dos veículos de comunicação de massa, por meio da qual a atividade política utiliza-se da *espetacularização do social*¹ para, através de imagens que assumem a forma do real, atingir às demandas dos imaginários individual e coletivo em meio aos cenários produzidos pela mídia.

Já no século passado, o rádio, despontou como importante instrumento de propaganda política, utilizado inclusive na disseminação e instituição da imagem de personalidades como Franklin Roosevelt, nos Estados Unidos e Hitler, na Alemanha, considerados, cada um a sua maneira, como símbolos da era do rádio.

No Brasil, a prática da construção da imagem pública dos políticos se concretizou com a utilização dos meios de radiodifusão² incorporada sistemática-

¹ A expressão emerge na década de 60, particularmente com a obra de Guy Debord (1967) *A Sociedade do Espetáculo*.

² Apesar de a primeira emissora de rádio do Brasil ter sido inaugurada já em 1923, no Rio

mente à estratégia política no período do primeiro governo getulista em 1930-1945. Por meio da radiodifusão, como “o pai dos pobres”, a imagem de Getúlio Vargas foi elaborada com o acúmulo de capital político tradicional que refletia o paternalismo tradicional. Sua postura mantinha as hierarquias, representava o povo, ‘junto ao povo’.

O populismo representava o paradoxo social vivenciado por um lado, pela identificação pessoal entre líder e povo, e por outro lado, marcado pelo desenvolvimento industrial, pela urbanização e conseqüente constituição de uma massa de indivíduos cada vez mais isolados entre si, marcados pela individualização das grandes cidades industrializadas. Com a criação do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), em 1939 e tendo como principal meio de difusão o rádio, estava selada a união entre a política e os meios de comunicação de massa no cenário brasileiro.

Mas a construção da imagem pública de candidatos na atualidade é distinta da prática vigente na Era Vargas e na década de 60. O capital político de outrora, dava-se no momento em que vigorava a forma de paternalismo tradicional, na qual crescia a face racional-legal do Estado, enquanto o capital simbólico acumulado na prática política atual, o *capital Imagético*, é racionalmente produzido para a exposição e divulgação midiática³. Trata-se do acúmulo de um capital simbólico, no qual a imagem prevalece como a face do encantamento, como o cerne do “novo”, veículo de exposição dos candidatos. Existe o acúmulo de capital político tradicional e este foi e é relevante, porém, a visibilidade pública e midiática destaca-se a partir do capital simbólico.

Estudos na área da cultura política apontam para uma trajetória própria da política no cenário eleitoral brasileiro,⁴ apesar da influência do estilo amer-

de Janeiro, a radiodifusão só foi regulamentada na Era Vargas através do Decreto 20.047, de 1931 e do Decreto 21.111, de 1932. A expansão do sistema de radiodifusão se deu durante os anos 30.

³ O conceito de capital político, extraído da Sociologia de Pierre Bourdieu, indica o reconhecimento social que permite que alguns indivíduos, mais do que outros, sejam aceitos como atores políticos e, portanto, capazes de agir politicamente. Um capital político tradicional. Entende-se por capital simbólico, de maneira mais abrangente, o capital político acumulado e o Capital Imagético, embora seja uma forma de capital político acumulado, apresenta suas peculiaridades: é um tipo de carisma secular, racionalmente produzido e incorporado em uma imagem pública construída diretamente para transitar de acordo com as transformações vivenciadas no campo político. Para maiores esclarecimentos, consultar Bourdieu (1989) e Oliveira (1992).

⁴ Entre os quais destacamos: Afonso de Albuquerque (1995), Antônio Fausto Neto (1990), Antônio Albino Canelas Rubim (2000, 2002 e 2004), as publicações do CEBELA pelo IUPERJ,

icano.⁵ Neste caso, é possível identificar alguns fatores que historicamente têm incidido na configuração de um tipo de cultura política, de caráter híbrido que mistura posturas favoráveis à democracia e predisposições negativas em relação às instituições políticas.⁶ Um fator que não é conjuntural nem temporário, mas, de caráter estrutural e definidor de uma cultura política delimitada por uma trajetória tortuosa que oscilou entre oligarquia (1889/1930), ditadura (1937/1945 e 1964/1985) e populismo (1946/1964), além de todo um período de golpes ou tentativas constantes de golpes compreendidos entre 1930 a 1990, passando por um período de redemocratização até chegar finalmente, ao regime democrático.

A primeira eleição direta para Presidente da República em 1989, entre Fernando Collor de Melo e Luis Inácio Lula da Silva, é um marco desta realidade. O conjunto das eleições presidenciais, de 1989, 1994, 1998, 2002 e 2006 cada uma com suas peculiaridades, constituem o referencial ou modelo da forma atual de como se realizam as disputas eleitorais no Brasil. Marcadas por campanhas eminentemente divulgadas pelos veículos de comunicação de massa, sobretudo pela televisão, pelo próprio apoio direto de emissoras a candidatos, com a utilização do *marketing* especializado, a prática da personalização e demais artifícios que a mídia eletrônica é capaz de disponibilizar. Neste cenário contendo a mídia eletrônica como palco de discursos políticos impregnados de elementos simbólicos, com especialistas em *marketing* e com a própria trajetória da política no Brasil, é presumível a atuação espetacular em campanhas e a propagação de discursos míticos nas práticas eleitorais.

os artigos publicados na revista Comunicação e Cultura do Programa de Pós-Graduação em comunicação da UFBA, dentre outros.

⁵ O conceito de americanização é utilizado para referir-se descritivamente a elementos e técnicas das campanhas eleitorais e a atividade profissional conectada ao estilo de campanhas abalizadas no *marketing* político, na utilização dos veículos de comunicação de massa, na utilização de imagens, enfim, nos formatos das campanhas políticas desenvolvida a priori nos Estados Unidos a partir da década de 50.

⁶ Bernard Manin (1995) em “*A metamorfoses do governo representativo*”, explica as transformações ocorridas na vida política e partidária. Para o autor vivemos em uma “*Democracia de público*” na qual as instituições políticas tradicionais como os partidos de massa, as filiações e as manifestações partidárias estão em declínio em detrimento de uma postura mais individualista do eleitorado que hoje obtém as informações sobre os assuntos políticos através da mídia e não do acesso aos partidos. Estes eleitores escolhem seus candidatos por seus atributos e capacidades pessoais e não pelos partidos. As campanhas eleitorais são caracterizadas pela estratégia mercadológica, pelo grande investimento financeiro e pelo personalismo, e concentram-se cada vez mais na projeção de um homem em detrimento dos partidos políticos.

Do outro lado deste processo de interação está o receptor, inserido numa cultura política determinante de suas escolhas e do grau de participação na vida pública. Um receptor distante das decisões do poder e com baixo grau de sofisticação política⁷. Não se trata de perceber o cidadão eleitor como agente completamente passivo, mas carente de um conhecimento mais crítico sobre a esfera política e que tem como única fonte de informação os noticiários da grande mídia, uma vez que as clivagens tradicionais como filiação partidária e demais atividades convencionais se encontram em declínio.

Além desta conjuntura, como bem pondera Kátia Mendonça (2007, p.14), “quaisquer que sejam as condições de exercício do poder, elas nos revelam que o homem é antes de tudo um ser simbólico, e o mito, como uma forma de linguagem, pode permear todas as esferas de sua vida”. Assim como o imaginário social é propenso ao consumo de mitos é também agente na criação dos mitos políticos.

Girardet (1987) afirma que a criação de mitos políticos é enfatizada em momentos da história em que há inquietações políticas. O autor chegou a essa constatação ao perceber que as perturbações políticas ocorridas nos dois últimos séculos da história europeia se fizeram acompanhar de uma considerável efervescência mitológica.

De fato, no Brasil, as grandes transformações em curso nesta esfera fizeram vir à tona, figuras cercadas de elementos míticos como Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek. Já na década de 80 com a luta pela democracia, insurgiu o mito do *moderno* na figura de Fernando Collor de Mello a partir da irrupção do imaginário, em uma época assentada na euforia de sentimentos e comportamentos extremados como a liberdade, o desejo, a sexualidade e a individualização.

Já em 2002, a emblemática vitória de Luis Inácio Lula da Silva revelou-se um marco, após uma campanha perpassada de elementos simbólicos e discursos que utilizavam toda sua trajetória pessoal e política para a apresentação de um candidato não só ideal, mas predestinado aquele cargo ao qual teve uma vida inteira dedicada – por alguns momentos de maneira inconsciente – com devoção e busca.

Tais personalidades geralmente apresentam uma trajetória pessoal, profissional e política muitas vezes comum a qualquer cidadão, mas em um determi-

⁷ Teoria, da qual compartilham, Castro (1994) e Dalton (1996), que afirmam, por exemplo, que a decisão do voto acontece de acordo com o grau o grau de sofisticação política; este é constituído a partir do somatório de quatro variáveis: o interesse por política, o envolvimento no processo eleitoral, a exposição ao programa eleitoral gratuito na televisão e o grau de informação a respeito dos candidatos.

nado momento acontece uma ascensão, uma iluminação que eleva sua saga a um patamar superior e distinto, os traços de sua personalidade se distinguem, e uma narrativa mitologizada passa a ser veiculada e repercute, causa identificação, admiração, devoção a um verdadeiro líder, sábio, coerente e capaz, mesmo que seja perseguido, reprimido ou derrotado, a saga de um herói geralmente é marcada pela predestinação, a partida em busca do almejado, e apesar da perseguição, da conspiração que enfrenta, alcança o retorno com a vitória não para si, mas para seus seguidores.

Lula enquanto figura política apareceu na cena pública enquanto candidato em suas tentativas eleitorais como o que Schwartzberg denomina de o “homem comum” o personagem apresentado como representante que encarna as virtudes comuns “por vezes de maneira magistralmente talentosa, o que o transforma em estrela de primeira grandeza em seu registro mais modesto”. Para o autor, “o homem ordinário é, antes de tudo o ‘prazer da identidade’, para falar como Roland Barthes. Existe para todos nós a possibilidade de plena identificação com esse homem do povo, saído das fileiras, com esse dirigente que veio da base, com esse *self-made-man* que suscita a adesão por identidade”. (SCHWARTZENBERG, 1978, p.43-44).

Mas a sua trajetória singular não apenas encontrou espaço num país governado tradicionalmente por Marechais, Promotores, Generais, e Sociólogos, como também se eleva a uma dimensão simbólica. Um operário sem formação superior se elege revelando inclusive uma nova disposição do eleitorado brasileiro⁸. A problemática e relevância desta pesquisa, reside exatamente nas singularidades e significados da presença e atuação deste líder político de outrora e agora estadista que superou discursos como o do medo e do preconceito, denúncias de corrupção em seu primeiro mandato e consegue se reeleger e manter altos índices de aceitação e popularidade.

2. Afirmção de um Líder Político Carismático

Existe algo de extraordinário na imagem de Lula, seja pela peculiaridade de sua trajetória se comparada às histórias de outros líderes, em detrimento do significado e representação de sua atuação na conjuntura política nacional, pelo

⁸ Ver os resultados obtidos na dissertação de Mestrado de minha autoria com o título: Mídia e Política: Uma análise da construção da imagem pública de Lula nas eleições presidenciais de 2002. Desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPB/UFCG, sob a orientação da Prf. Dra. Elizabeth Christina de Andrade Lima e defendida em 05 de setembro de 2006.

próprio discurso e imagens criados por sua equipe de marketing ou provavelmente por tudo isso em conjunto. O fato é que seu nome sempre aparecerá em destaque na história do país. As camadas populares seguiram Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek e mesmo Fernando Collor de Mello, mas a representação popular se materializou de forma imprescindível na trajetória pessoal de um representante advindo da mesma classe a que se propôs representar.

Portanto, sustentamos a premissa de que a imagem pública de Lula transitou em meio ao campo das subjetividades do imaginário político, das representações de liderança, dos artifícios empregados na identificação povo-líder, dos sentimentos e das paixões políticas. Desta forma, partimos da constatação de que a imagem pública de Lula foi paulatinamente se estabelecendo ao longo de sua atuação no cenário político brasileiro e no imaginário social como personagem construído a partir do acionamento de conteúdos simbólicos e míticos, apresentado ao público-eleitor pela mídia, que serviu não apenas como veículo de exposição desta imagem, mas também como participante na sua elaboração.

A partir da campanha eleitoral de 2002, um cenário se instalava para sua atuação. Vimos que as imagens do Herói, do chefe salvador, ou conquistador de uma nova grandeza e união coletiva, dentre outras, foram postas em funcionamento. Passava a existir um cenário propício para a atuação do discurso mítico. Se na década de 80 o cenário social e político da época instigavam sentimentos relacionados à individualização, a expressão dos sentimentos e desejos e a liberdade, o que favoreceu a ascensão de Fernando Collor de Mello pode-se dizer que a partir da década de 90, o país vivencia a formação de um momento no qual se clama por igualdade e solidariedade.

As diferentes camadas sociais ansiavam por segurança e oportunidade, mesmo a classe mais abastada se sentiu atingida pelo flagelo da desigualdade social, com a violência, na insegurança de sair às ruas, de usufruir uma melhor condição por medo de ser assaltada, de ser agredido por quem estaria vivendo à “margem da sociedade”. O discurso de Lula, a proposta do “pacto social” em prol de uma melhor qualidade de vida para todos e mesmo seu posicionamento como líder e candidato de esquerda, corroboraram com a aceitação de sua imagem como alternativa para a mudança, seu discurso estava em sintonia com o Cenário de Representação Política vigente. Por fim, sua trajetória pessoal marcada pela “biografia de faltas” surgiu como atestado de compromisso com a mudança⁹.

⁹ Estas afirmações não são empregadas como explicações únicas da vitória de 2002, é evidente que uma série de fatores influenciaram nos resultados da eleição, como por exemplo, as alianças políticas estabelecidas pelo PT com outros partidos, como o PMDB, dentre outros.

Após transitar na cena pública enfrentando ora a aceitação, ora a rejeição popular, as condições que lhes foram impostas, os discursos do medo e do preconceito dos adversários e da imprensa, a imagem de Lula foi capaz de se recompor, de se refazer e ascender à vitória obtendo a aceitação e a aclamação até mesmo dos que o enfrentaram e renegaram.

Neste contexto, partimos de uma segunda hipótese de que ao longo deste período de atuação, sua imagem fora mitologizada sendo apresentada na cena pública a partir do que Girardet (1987, p. 15) menciona como mito político presente na contemporaneidade.

Os mitos políticos de nossas sociedades contemporâneas não se diferenciam muito, dos grandes mitos sagrados das sociedades tradicionais. A mesma e essencial fluidez os caracteriza, ao mesmo tempo que a imprecisão de seus respectivos contornos. Imbricam-se, interpenetram-se, perdem-se por vezes um no outro. Uma rede ao mesmo tempo sutil e poderosa de liames de complementaridade não cessa de manter entre eles passagens, transições e inferências. A nostalgia das idades de ouro findas desemboca geralmente na espera e na pregação profética de sua ressurreição.

A cada campanha eleitoral Lula ressurgia como candidato, mas enquanto político continuava na cena pública como acontecera após a primeira derrota, em 1993, com o chamado governo paralelo, viajando e conhecendo as mais remotas e esquecidas cidades do país com o projeto da “Caravana da Cidadania”. Nos períodos eleitorais era apresentado a cada pleito com alterações em seu discurso e mesmo sua postura enquanto político. Mudanças que foram em alguns momentos interpretadas como falta de consistência, e mesmo de contrariedade ideológica. Mas acreditamos que esta encontrava-se em constante transformação.

Já em 2002, uma áurea, um clima presente na campanha indicava o momento de glória e da tão almejada vitória de Lula como uma espécie de “predestinado”. A repercussão da vitória e a expectativa sobre seu governo, só não superaram a repercussão dos acontecimentos que sucederam durante sua gestão. Uma série de escândalos e denúncias de corrupção envolvendo membros da alta cúpula do Partido dos Trabalhadores e os principais ministros do governo perpassaram a administração do atual Presidente.¹⁰

¹⁰ Dia 15 de maio de 2005, diretor do Correio é afastado por denúncias de corrupção e é aberto inquérito para apurar o caso. Dia 06 de junho, o Deputado Roberto Jefferson denuncia a “compra” de deputados. O escândalo foi denominado de ‘mensalão’. Dia 08 de junho, o tesoureiro do PT Delúbio Soares é acusado de assessorar a compra de deputados. Dia 16 de

Durante a sucessão de denúncias, sua imagem oscilava entre a aceitação e a rejeição do público-eleitor diante do impasse da possibilidade de seu envolvimento com a sucessão de denúncias. Ao final de vários inquéritos, o nome de Lula aparece na mídia como isento de envolvimento com os acontecimentos escusos que circulavam nos setores e salas do Planalto, mas sua imagem foi maculada pela dúvida: o Presidente da República sabia ou não dos atos ilícitos realizados na sua gestão pelos principais membros de seu governo?

O impasse subsistiu do início das denúncias, repercutiu com maior fatuidade no momento da definição das candidaturas para as eleições presidenciais de 2006, contornou toda a campanha eleitoral se fazendo presente tanto no discurso de seus adversários quanto no discurso midiático e atingiu uma amplitude ainda maior com o surgimento de uma nova denúncia: a compra de um dossiê falso encomendado por petistas que seria usado contra o seu principal adversário, Geraldo Alkimin (PSDB).

Apesar do novo escândalo, o Presidente se manteve, chega à frente ao segundo turno e cresce progressivamente nas pesquisas de intenção de voto e consegue vencer a eleição de 2006. Com base neste quadro de acontecimentos, nos instiga entender *por que* o Presidente conseguiu, em condições tão adversas, manter a aceitação de sua imagem durante seu mandato e ainda reeleger-se ao final da campanha. Neste sentido, cabem às seguintes indagações: qual o significado de sua atuação como representante de uma nação? Quais símbolos e mitologias políticas foram acionados para a elaboração e afirmação de sua imagem no cenário político? E por fim, qual o papel que ele próprio desempenhou, enquanto sujeito/indivíduo, na instituição de sua própria imagem enquanto narrativa mítica? Essas são algumas das questões que pretendemos responder ao longo desta pesquisa tomando como recorte os momentos cruciais de exposição midiática como as campanhas eleitorais, de 1989 a 2006 e o período de gestão de seu primeiro mandato marcado por denúncias de corrupção.

Entender como um político pode ter sua imagem mitologizada na e para a cena pública pressupõe adotar como categorias centrais, a espetacularização da política, o carisma, imagens e imaginário e principalmente o mito e as mitologias políticas sendo estas últimas abordadas neste texto como ponto de partida para as demais ponderações teóricas necessárias a elaboração da tese.

junho, José Dirceu deixa a casa civil, por estar também envolvido com o escândalo. Dia 02 de junho José Genuíno e Marcos Valério também têm seus nomes envolvidos no escândalo. Dia 08 de julho, assessor petista é preso com dinheiro na cueca. Dia 11 de julho, o deputado federal João Batista (PFL-SP) detido com 7 malas de dinheiro num jatinho da Igreja Universal em Brasília. Dia 1º de dezembro José Dirceu é cassado. Fonte: Revista Veja - edição on-line http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/corruptcao_cronologia/index_cronologia.html

3. Perspectivas sobre o Conceito de Mito e Mitologias Políticas

Pensar sobre mitos e mitologias políticas na contemporaneidade constitui tarefa difícil, pois pressupõe considerar uma pluralidade de propostas teóricas que sustentam e apontam diferentes abordagens sobre o que vem a ser mito. Abordagens para não dizer conceito, uma vez que tais discussões não encerram em um conceito delimitado e definido. Qualquer tentativa neste sentido desencadearia em lacunas, em versões empobrecidas e destituídas da complexidade e riqueza que cerceiam o tema.

Por outro lado, a expressão “mito político” é por vezes usada a partir de diferentes perspectivas, exatamente por isso se torna preciso entender a história do mito para então estabelecer de maneira operacional construções conceituais para a compreensão do mito político na atualidade. Já este último não deve ser apreendido aleatoriamente, mas situado em um contexto histórico. Raoul Girardet (1987, p. 81) já destacara a marca da história ao mencionar que “o mito político jamais deixa de enraizar-se em uma certa forma de realidade histórica”. Para o autor, assim como o mito não pode deixar de conservar a marca do personagem em torno do qual ele se constrói, “não pode deixar de depender, ele próprio, em sua forma como em seu conteúdo, das circunstâncias, historicamente delimitadas, nas quais é elaborado”.

Nesta perspectiva, o ponto de partida é a priori, um percurso pelas principais abordagens, de maneira a estabelecer pontos de interpretação sobre o mito como a de Mircea Eliade, que o concebe como narrativas de histórias sagradas, do fabuloso nas sociedades primitivas, o qual possui valor explicativo de fatos, fenômenos e de formas de organização social, ditas ainda, *narrativas de origem*, que através de uma reatualização periódica, buscam interromper o fluxo do tempo histórico; a abordagem de Roland Barthes sobre as mitologias contemporâneas, para quem o mito constitui uma fala despolarizada, detentor de um caráter imperativo, interpelador e que culmina com a transformação da história em natureza; a idéia de Georges Sorel que anuncia o mito político em sua função de animação criadora, como apelo ao movimento e à ação e de caráter mobilizador por excelência; e por último as concepções de Raoul Girardet, sob as quais nos deteremos com maior atenção, para quem as formulações anteriores corresponde a alguns dos aspectos do mito político, como este se inscreve na história de nosso tempo, mas sugere de maneira mais alusiva, a concepção do mito como um “revelador ideológico, o reflexo de um sistema de valores ou de um tipo de mentalidade”.

Vale contemplar ainda ao longo deste percurso teórico, outros autores que pontuaram diferentes propostas de interpretação, algumas destas teorizações contribuem sobremaneira para entender como é visto o mito político nas sociedades modernas. A vertente funcionalista tem como representantes neste aspecto Murray Edelman, Lasswell e Kaplan. Já Ernest Cassirer colabora ao criticar a defesa da racionalidade absoluta na produção e atuação do mito político, idéia defendida por vários autores, principalmente os da corrente instrumentalista. Mas ainda é de Raoul Girardet as contribuições mais determinantes para a análise em questão.

Uma vez apreendidas tais abordagens e considerando a relação intrínseca entre o mito e o contexto histórico em que este surge e atua, é igualmente importante analisar os fenômenos e fatos atuais da sociedade contemporânea palco desta atuação. Neste sentido, os elementos míticos são hoje veiculados nos discursos políticos, sejam estes verbais ou não verbais, são então publicizados através da imprensa, da grande mídia impressa e eletrônica. Eis que se configura um cenário específico, propício ao surgimento e performance de figuras e discursos mitologizados na forma do que conhecemos por espetáculo. Personagens que podem emergir de diferentes classes e diversas configurações de ideologias, propostas e discursos. Porque o mito no discurso político não segue uma regra teórica, mas é também fabulação ou interpretação de aspectos do real. Uma ligação ocorre entre o discurso mítico, aqueles que o assimilam e seu tempo, como descreve Raoul Girardet (1987, p.11-12).

Então é em toda sua autonomia que se impõe o mito, constituindo ele próprio um sistema de crença coerente e completo. Ele já não invoca, nessas condições, nenhuma outra legitimidade que não a de sua simples afirmação, nenhuma outra lógica que não a de seu livre desenvolvimento. E sem dúvida, qualquer que seja o caso, a experiência mostra que cada uma dessas “constelações” mitológicas pode surgir dos pontos mais opostos do horizonte político, pode ser classificada à “direita” e à “esquerda”, segundo a oportunidade do momento.

Os meios de comunicação de massa apenas constitui espaço privilegiado de enunciação de discursos, uma vez que a sociedade atual encontra-se “estruturada e ambientada pela comunicação” (Rubim 2000,p.29). Estruturada, porque na denominada “Idade Mídia” os veículos de comunicação adquirem um caráter empresarial, marcando uma atuação significativa na manutenção do sistema capitalista, pois em seu atual formato constituem os melhores meios de exposição de serviços e produtos, contribuindo de forma decisiva para o fluxo de informações ligadas ao capital e as finanças.

Já a ambientação da sociedade pela comunicação é descrita por autores como Manuel Castells (1996) e Milton Santos (1996) como a assimilação teórica da sociedade em rede, uma interligação complexa entre comunicação e contemporaneidade. O fluxo, a troca e a velocidade de informações, capazes de interligar nações e civilizações de diferentes culturas, proporcionam a interação entre as pessoas sem a necessidade da presença física.

É neste contexto que será pensada a atuação de um mito político lembrando, como adverte Claude Lévi-Strauss, de evitar aplicar neste estudo o método de análise cartesiana, com os princípios da decomposição e divisão exaustiva em partes e enumeração de fenômenos, o que seria ignorar a natureza da realidade mítica. “Não existe limite, para a análise mítica, unidade secreta que se possa apreender ao cabo do trabalho da decomposição”. Sob este aspecto, não é demais lembrar Raoul Girardet, ao enfatizar que os mitos políticos de nossa sociedade não se diferenciam dos grandes mitos sagrados das sociedades tradicionais “um mesmo mito é suscetível de oferecer múltiplas ressonâncias e não menos numerosas significações.” (GIRARDET, 1987, p. 15). Este deve então ser lido, observado e interpretado em sua totalidade e essência.

Por outro lado, apesar da ambivalência e fluidez vale destacar uma forma lógica inerente ao discurso mítico que faz aparecer certas repetições e associações como afirma Girardet (1987, p. 17):

Se o mito é polimorfo, se constitui uma realidade ambígua e movente, ele reencontra o equivalente de sua caminhada. Esta pode ser representada e apresenta-se efetivamente como uma sucessão ou uma combinação de imagens. Mas nem essa sucessão nem essa combinação escapam a uma certa forma de ordenação orgânica.

O que no estruturalismo Lévi-straussiano é concebido como agrupamentos de séries que se repetem estruturadas em associações permanentes dos elementos que compõem a narrativa mítica, como o tema do salvador, do chefe providencial, que se agregam a símbolos de purificação, ou seja, o herói que liberta, livra os perseguidos e promete banir os que os assolam, estes são acompanhados sempre de imagens como a luz, o sol, o brilho, a montanha, o jardim, a cruz, dentre outras imagens que reforçam a narrativa.

Assim, certas estruturas se repetem independentes de época e conjuntura, a idéia do Salvador, do homem providencial; A Idade de Ouro com os tempos áureos; A Unidade, ou seja, a idéia de uma sociedade coesa feliz e igualitária; já no outro extremo, A Conspiração, os que perseguem e afligem, constituem o que se pode chamar de “temas de exame” ou referências temáticas que são

chamadas a compor as narrativas míticas para dialogar com o imaginário social preexistente.

Esta noção de que certas estruturas míticas se sobrepõem a todas as formas de narrativa foi sugerida por Joseph Campbell, a partir da obra de Carl G. Jung, na qual se visualiza a idéia da existência de uma história da mente, pelo estudo dos símbolos. Nesta teoria, a psique conservaria vestígios de etapas passadas do desenvolvimento humano, denominado Inconsciente Coletivo, que seria mais precisamente uma herança psicológica compartilhada por toda a humanidade, onde se encontram todos os símbolos, arquétipos e mitos. A partir de então, percebe-se a recorrência de determinadas imagens, conflitos e situações representadas pelos mitos arcaicos, na produção simbólica moderna. Neste sentido, os mitos teriam um papel determinante na psicologia humana, tanto na formação do indivíduo, quanto no modo pelo qual um corpo social assume uma identidade coletiva.

4. O Mito como Narrativa de Origem e a Dessacralização nas Sociedades Modernas

A idéia do mito como algo falso ou mentiroso pertence aos primórdios da antropologia, essa noção há tempos superada para este campo, permanece, no entanto, para o conhecimento popular. Mas o mito não constitui simplesmente uma mentira, não nega algo, ele é capaz de transformar ou forjar, mas não de omitir a existência de uma realidade.

A palavra origina-se do grego *mytho*, que deriva do verbo *mytheyo*, significa narrar, contar algo para os outros, já o termo *mytheyo* quer dizer nomear, conversar. Para os gregos a legitimidade do mito não reside em provas empíricas, mas na credibilidade de quem o narra, pois este é geralmente revelado por alguém confiável e que tem autoridade e, portanto deve ser incontestável por quem ouve.

Mas os estudos sobre o mito são redimensionados a partir dos anos 1940 particularmente com os textos de Mircea Eliade, Claude Lévi-Strauss e Gaston Bachelard. Destes autores, tomaremos como referência para este estudo, a concepção de Mircea Eliade sobre o mito como narrativa de origem. Em “*Mito e Realidade*”, o autor explica o mito enquanto relato de como algo surgiu, constitui uma fonte de explicação sobre o surgimento dos fenômenos humanos e culturais, o que favorece o entendimento de como estes fenômenos chegaram a ser como são hoje;

O mito conta uma história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do “princípio”. É sempre, portanto, a narrativa de uma “criação: ele relata de que modo algo foi produzido e começou a ser. O mito fala apenas do que realmente ocorreu, do que se manifestou plenamente. [...]. Os mitos revelam, portanto, sua atividade criadora e desvendam a sacralidade (ou simplesmente a “sobrenaturalidade”) de suas obras. Em suma os mitos descrevem, as diversas e algumas vezes dramáticas, irrupções do sagrado (ou do sobrenatural) no Mundo. É essa irrupção do sagrado que realmente fundamenta o mundo e o converte no que é hoje. E mais: é em razão das intervenções dos Entes Sobrenaturais que o homem é o que é hoje, um ser mortal, sexuado e cultural. (ELIADE, 1972, p. 11).

Para o autor, o “sagrado” é a verdadeira realidade, a vida plena, desprovida de interferência, mas a compreensão do mito como uma narrativa de origem no entanto, prescinde desta idéia advinda do mundo das formas de Platão, pois quando Eliade menciona “o mito fala apenas do que realmente aconteceu”, ele quer de fato falar da realidade concreta.

Eliade garante ainda que o homem ao “recitar os mitos reintegra-se àquele tempo fabuloso e a pessoa torna-se, conseqüentemente, contemporânea, de certo modo, dos eventos evocados, compartilha da presença dos Deuses ou dos Heróis”. Acrescenta que viver “os mitos implica, pois, uma experiência verdadeiramente “religiosa”, pois esta se distingue da experiência ordinária da vida cotidiana.” E um pouco mais adiante explica que o “...indivíduo evoca a presença dos personagens dos mitos e torna-se contemporâneo deles. Isso implica igualmente que ele deixa de viver no tempo cronológico, passando a viver no Tempo primordial, no Tempo em que o evento teve lugar pela primeira vez.” O que deixa evidente a idéia de irrupção do tempo histórico.

E este princípio fabuloso geralmente se faz presente nos mitos políticos contemporâneos. Luis Felipe Miguel (1997, p. 25) adequadamente destaca que os próprios republicanos brasileiros de 1889 sentiram a importância da disseminação de mitos de origem como fator de estabilidade para um regime político. “A aura mítica que envolve a figura de Tiradentes foi deliberadamente construída a partir desse período, quando o mártir mineiro foi convocado para suprir a falta de *élan* heróico dos proclamadores do 15 de novembro”.

É comum, o relato do passado e mesmo do surgimento do mito na cena política, a origem é perpassada por episódios emblemáticos e espetaculares. Elementos como a predestinação, ou a influência espiritual ou heróica, por exemplo, são chamados a compor a narrativa.

Mas o que se torna igualmente relevante para o entendimento do discurso político, nesta obra de Eliade (apesar de o mesmo não abordar o discurso político propriamente dito) é quando pontua que “a partir de um certo momento, a origem não se encontra mais apenas num passado mítico, mas também num futuro fabuloso”: é a “mobilidade da origem”. O discurso político tem como referência principal o passado para seu desdobramento, para a avaliação do mundo a partir da qual se projeta a imagem do mundo como tendo um futuro melhor do que o atual. Mas é na representação de um futuro que se coaduna tal discurso. É sempre uma proposta de futuro fabuloso que respalda uma argumentação em disputas políticas e justifica um programa de governo.

Figueiredo *et al.* (1998) explicam bem a natureza da argumentação política. Para estes autores esta argumentação é de natureza ficcional baseada em interpretações do mundo, ou seja, no debate eleitoral, visando convencer os eleitores, os atores políticos constroem em seu discurso um mundo atual possível, igual ou pouco diferente do mundo atual real, e com base nele, projetam um novo e bom mundo futuro, possível enquanto proposta. A realidade pode ter mais de uma interpretação política, ou seja, a estrutura dessa argumentação tem duas vertentes: a primeira é da oposição, “o mundo atual está ruim, mas ficará bom” e a segunda que é a da situação: “o mundo atual está bom e ficará ainda melhor”. Apesar da possibilidade de mais de uma interpretação política, a retórica deve guardar verossimilhança com dados da realidade, caso contrário o discurso perde a credibilidade.

Vários episódios da vida pública de Luis Inácio Lula da Silva podem ilustrar a dissonância de um discurso baseado numa argumentação destoante, seja essa dissonância real ou pelo menos aceita amplamente como real. Para citar o mais próximo, em 1998, em sua terceira candidatura, Lula enfrentava novamente Fernando Henrique Cardoso, candidato à reeleição. Neste pleito, a disputa pela interpretação da realidade e pela imposição da imagem, ocorreu à sombra dos meios midiáticos. O considerado sucesso do plano Real precisava ter continuidade e encontrou amplo espaço na sociedade e na fala da própria imprensa relegando ao discurso do petista a incoerência e o deslocamento de sua interpretação da realidade.

O discurso político comumente expõe uma representação do futuro, ao conservar ou renegar ações, ao propor a continuidade ou alterações de práticas e projetos sociais, ele projeta a imagem da sociedade que está por vir. Uma projeção por vezes fabulosa.

Contudo, vale ressaltar que o mito ao qual Mircea Eliade se refere não é o mito político e sim aquele das sociedades primitivas, sobretudo existentes na relação entre o sagrado e o profano, mas esta alternativa de interpretação

contribui para uma compreensão do mito nas sociedades atuais, lembrando que não esgota nem pode ser deslocado de maneira simplória para o campo político, mas como visto, apresenta questões de interesse para a elaboração de um conceito pelo menos operacional do mito político.

A última dessas questões a pontuar aqui é exatamente a dessacralização do pensamento e do cotidiano do homem moderno. Na sociedade atual, o homem sai da áurea do sagrado e habita em uma sociedade dessacralizada, mas mesmo assim descende do “*homo religiosus*”. E esta origem, para o autor encontra-se na base, por um lado, da conservação do pensamento mítico na sociedade moderna, e por outro, da forma degradada que o mito então adquire. Na verdade, todo o imaginário moderno é perpassado por esta degradação, mesmo assim o homem não vive sem uma dimensão do simbólico e do sagrado, buscando formas míticas em meio à sociedade em que vive. Eliade denomina como “refugos mitológicos”, os poucos redutos do sagrado, e o mito político constitui um desses redutos onde transitam algumas “constelações míticas” abarcadas de características fundamentais recorrentes tal como ocorre nas sociedades arcaicas.

5. Mito e História

O que é discutível na obra de Eliade como embasamento para este tema é o pensamento da tentativa de interrupção do tempo histórico. De onde igualmente advém o “consolo”, a resignação perante os acontecimentos históricos nas sociedades primitivas. Para Eliade, somente a imersão no tempo mítico alcançaria a realidade através da repetição, isto projetaria o homem para um tempo a-histórico, mítico, enfim, para a rejeição da história. Mas, o mito hoje, por outro lado, apesar de requerer elementos e temas recorrentes das sociedades arcaicas, são produzidos racionalmente e paralelamente a perenidade das imagens, surgem e se desgastam, suscitando constantemente novos mitos. Como sintetiza Kátia Mendonça (2002, p. 229):

Apesar de, em seu sentido original, o mito remeter ao in-temporal, em seu aspecto moderno, especialmente no campo do político, ele também é dotado de historicidade. Se os mitos cosmogônicos eram resistências do homem primitivo ao tempo e a história, os mitos modernos, ao contrário, são históricos, ocultos sob o manto da razão, embora remetam à imagens primordiais, não-históricas.

Da compreensão do mito a partir das sociedades primitivas e da história das religiões de Mircea Eliade partimos para uma leitura dos mitos modernos da “cultura dita de massa”, a análise de Roland Barthes (1957) sobre as mitologias presentes na imprensa, na publicidade e nas produções artísticas da França dos anos 50, este autor já concebia o mito relacionado a história de forma intrínseca, pelo menos em seu conceito, ou seja na apropriação do fato histórico. “A história condiciona o mito em dois pontos: na sua forma, que é apenas relativamente motivada, e no seu conceito, que é histórico por natureza”. (BARTHES, 2007, p. 229). E acrescenta:

O que o mundo fornece ao mito é um real histórico, definido, por mais longe que se recue no tempo, pela maneira como os homens o produziram ou utilizaram; e o que o mito restitui é uma imagem *natural* desse real. E, do mesmo modo que a ideologia burguesa se define pela deserção do nome burguês, o mito é constituído pela eliminação da qualidade histórica das coisas; nele as coisas perdem a lembrança da sua produção. O mundo penetra na linguagem como uma relação dialética de atividades e atos humanos; sai do mito como um quadro harmonioso de essências. (BARTHES, 2007, p. 234).

O autor tem como questão central de suas análises a afirmativa de que “o mito quando fala sobre um objeto, despoja-o de toda história” fundamentando em natureza a fim de interpelar o “consumidor” de mito desprovido de percepção da contingência histórica do real;

Passando da história à natureza, o mito faz uma economia: abole a complexidade dos atos humanos confere-lhes a simplicidade das essências, suprime toda e qualquer dialética, qualquer elevação para lá do visível imediato, organiza um mundo sem contradições, porque sem profundidade, um mundo plano se ostenta em sua evidência, e cria uma afortunada clareza: as coisas sozinhas parecem significar por elas próprias. (BARTHES, 2007, p. 235).

Tal pensamento revela outra característica do mito para o autor, o caráter imperativo e interpelador. Para ele o mito é “uma fala definida pela sua intenção”. Pensar o discurso político atual a partir desta perspectiva permite perceber como fontes importantes de análises, artifícios diversos como discursos, gestos, fotografias, vídeos, dentre outros artefatos materiais que fomentam a elaboração de discursos e possibilita perceber como estes elementos podem ser manuseados a partir de uma intenção específica.

Raoul Girardet (1987, p. 81) igualmente abordou a marca da história em relação ao mito político contemporâneo assinalando a diferença entre aqueles das sociedades primitivas ou uma figura lendária das artes e um mito advindo da esfera política com uma personalidade, com uma trajetória definida;

Tratando-se, todavia, de pessoas humanas, muito concretamente e muito precisamente inseridas em um certo espaço geográfico e em uma certa fase do tempo, não é muito concebível que a narrativa em questão escape à marca da história, não testemunhe, de uma maneira ou de outra, a presença da história. Aos grandes heróis imaginários, protótipos eternos propostos ao sonho e à meditação de sucessivas gerações, Édipo, Fausto, Don Juan, a literatura como a pintura pode atribuir rostos os mais diversos. Eles não dependem de nenhuma cronologia, de nenhum contexto fático. Podem ser e foram incessantemente reinventados, reinterpretados; cada um de nós tem a liberdade de reconstruir à vontade seus personagens. Com toda evidência, tal não pode ser o caso de um ser de carne e osso, historicamente definível, e cujo processo de heroificação não poderia fazer esquecer os traços particulares que são os de uma personalidade e de um destino.

O autor destaca a ligação entre a lenda, a narrativa mítica com os traços e características pessoais e específicas da figura legendária e com a conjuntura histórica em que viveu o personagem. Pontua de forma clara que tais características biográficas pertence ao domínio do imaginário mitológico e que quanto maior é o tempo de existência do mito mais estes traços tendem a ser reforçados ao mesmo tempo em que reforça também sua permanência no imaginário coletivo;

Quanto mais o mito ganha amplitude, mais se estende por um largo espaço cronológico e se prolonga na memória coletiva, mais se deve esperar, aliás, ver os detalhes biográficos, as características físicas ganhar importância. A altura do general de Gaulle, o tom zombeteiro de sua voz, suas fórmulas, suas tiradas e suas insolências – sua lenda seria hoje a mesma se não tivesse conservado a memória desses traços? (GIRARDET, 1989, 82).

Tais imagens apresentam significados, como bem define Barthes (1957, p. 219), “a significação mítica, nunca é completamente arbitrária como na língua, sendo sempre em parte motivada e contendo fatalmente uma parte de

analogia”. Estes símbolos são motivados e remetem a intenções e a representações. No cenário político atual, onde os discursos tendem a se aproximar do centro ideológico, onde não se torna tão nítida a separação esquerda vs. direita e mesmo as atuações partidárias, os atributos pessoais dos políticos se tornaram cruciais na persuasão do voto.

Se pensarmos os políticos brasileiros, é possível perceber imediatamente a exacerbação da personificação, através de atributos e mesmo de rotulações simplistas como, Getúlio Vargas – líder populista, “o pai dos pobres”; Juscelino Kubistschek – o arrojado e moderno, “um homem a frente do seu tempo”; Fernando Collor de Mello – a representação da juventude e modernidade, “o caçador de marajás”; Fernando Henrique Cardoso – homem acadêmico, intelectual, “o príncipe da sociologia”; Luis Inácio Lula da Silva; sindicalista, homem do povo, sem formação superior, “o candidato dos trabalhadores”.

Características que são reforçadas através dos mais singelos gestos particulares, um gosto, uma atividade de lazer, uma atitude, o tom de voz, o vestuário e até expressões gestuais e corporais são evidenciadas para sugerir um ou outro atributo, sobretudo, aqueles reivindicados pelo poder político. Algo que revele ou simbolize honestidade, perseverança, autoridade e capacidade, para citar os mais comuns do universo da política. Alguns destes atributos são suscitados em detrimento do contexto vigente, pois diante de uma determinada situação histórica e socioeconômica, certos valores são necessários em um líder para que este seja capaz de dar um rumo adequado a certos impasses e questões sociais.

Enquanto candidato, Luis Inácio Lula da Silva foi apresentado a partir de atributos diversos em cada disputa eleitoral. A imagem radical de 1989 foi substituída pela imagem de um Lula mais “*light*”. A composição “Lulinha paz e amor”, circulou na imprensa adquirindo por vezes uma conotação pejorativa, particularmente em 1994 e 1998, concebendo as mudanças na campanha petista, como mera estratégia eleitoral ou mesmo falta de ideologia. Mas para o PT e para a equipe de comunicação, a radicalidade de Lula provinha de um momento de enfrentamento social, de rupturas societárias e políticas, de luta de classes, de mudanças bruscas. Duda Mendonça, publicitário responsável pela campanha, em entrevista declarou em relação a questão dos ideais de Lula, que: “Na verdade, o Lula mudou porque o PT mudou”.

Já em 2002, a campanha publicitária procurou concatenar fatos do passado com o presente no intento de justificar as alterações no discurso e alianças políticas realizadas. Os programas para o HGPE foram conduzidos, por um lado, por uma perspectiva humanista, centrada em questões do cotidiano do cidadão comum, como trabalhador, o pai de família, indivíduo em busca de as-

censão e melhor condição de vida, com destaque para a exposição de soluções técnicas para os problemas sociais e por outro lado, evidenciando a ascensão do Lula negociador, compondo a imagem de um político menos radical, mais emotivo e com capacidade de diálogo. O propósito nesta disputa era manter a coerência e a credibilidade, à imagem de Lula que por transitar como político atuante por mais de três décadas no cenário político brasileiro enfrentou momentos de inadequação a conjuntura social e política do país. Por vezes seu discurso apareceu deslocado da realidade social se comparado aos discursos de seus adversários.

A solução encontrada para a mudança na postura, nas propostas, no discurso e mesmo na atuação como candidato foi exatamente concatenar fatos do passado com o presente e reforçar a idéia de tempos diferentes. Para justificar as alianças partidárias, por exemplo, a idéia foi remeter a imagem de negociador a um outro momento histórico em que não se mencionava tal atributo, o período em que atuou como sindicalista. A finalidade era imprimir esta marca no presente, mas defendendo uma existência anterior e mesmo apresentando as dimensões de articulador e negociador como características inatas de sua personalidade.

É possível perceber, desta forma, na trajetória de Lula, outro aspecto do mito político moderno, enfatizado por Girardet (1987, p. 86) que destaca: “por pouco que se aceite recolocá-lo em uma periodização suficientemente ampla, é preciso reconhecer, por outro lado, no desenvolvimento histórico de todo mito político, a existência de tempos fortes e tempos fracos, de momentos de efervescência e de períodos de remissão”. Durante sua trajetória, Luis Inácio Lula da Silva liderou uma luta por uma categoria, a fundação de um partido e enfrentou cinco candidaturas, ao longo de mais de três décadas. Período no qual enfrentou momentos de aceitação e rejeição.

Mas sua imagem também suscitou seguidores e despertou paixões. Suas candidaturas foram perpassadas de apelo à mudança e a sentimentos como esperança, luta, perseverança e otimismo, apresentado como homem comum, sem formação superior, sua trajetória marcada por uma “biografia de faltas” foi o atestado de compromisso com a classe menos favorecida. Se em determinado momento, este personagem político foi renegado em favor de um político tradicional, intelectual, por exemplo, é porque de alguma maneira o anseio social era por este perfil de liderança. Ou seja, o líder, o herói é chamado como uma resposta a uma certa forma de expectativa de anseio coletivo, sobretudo em uma sociedade marcada pelo regime democrático, onde o representante é indicado através de eleições diretas, do voto livre.

Desta forma, é possível perceber, por um lado, a característica do mito como revelador ideológico que Girardet (1987, p. 83) acrescenta com propriedade sobre o mito político. “Marcado, condicionado pelo contexto factual em que se desenvolve, o mito pode assim aparecer, e de maneira mais sugestiva ainda, como uma espécie de revelador ideológico, o reflexo de um sistema de valores ou de um tipo de mentalidade”. E por outro lado, percebe-se também a aceitação do mito político moderno como construto racionalizado, mas canalizador de emoções, sentimentos e subjetividade.

6. Racionalidade e Emoções na Política – de Georges Sorel a Ernest Cassirer

A primeira tentativa de elaboração de um conceito específico do mito político data de 1908 e tem como precursor Georges Sorel¹¹. O autor de “*Reflexions sur la Violence*”, pensou o mito político em seu caráter revolucionário, representando um instrumento de ação coletiva que a partir do poder de provocar emoções necessárias ao agir político, era capaz de guiar o proletariado à revolução. Para o autor, este mito consistia num conjunto de “imagens capazes de evocar em bloco e somente pela intuição, antes de qualquer análise refletida a massa de sentimentos” capazes de incitar a luta política. (SOREL, 1950, p. 12).

Vale destacar que o autor formula seu conceito a partir de um objeto definido que é a luta política do proletariado francês a partir da categoria do mito, definindo este último como força motriz básica de incitação ao movimento operário. O mito aqui é portanto revolucionário, apesar do autor não fazer referência à violência, mas no poder que o mito político tem de mobilização coletiva.

É possível apreender desta primeira tentativa de conceituação, por um lado, o caráter de força motriz presente no mito político e por outro, uma rejeição à razão, pois diferente do pensamento de Barthes, que identifica o mito com a mistificação publicitária capaz de naturalizar um certo fato histórico na ten-

¹¹ Georges Sorel tem uma trajetória política controversa. Marxista heterodoxo, ligado ao sindicalismo revolucionário de extrema esquerda, teve suas idéias aceitas tanto pelo Fascismo Italiano (Mussolini) quanto pelos comunistas franceses (Antonio Gramsci). Sua incoerência política fora o mote para críticas a suas obras e para observações sobre sua ojeriza ao parlamentarismo burguês, fato este que supostamente o inclinaria tanto para o fascismo quanto para o comunismo. Seu pensamento fora bastante criticado, o que não desqualifica sua contribuição para estudos sobre mitos, sobretudo por ser o primeiro autor a traçar um conceito sobre o mito político.

tativa de ludibriar a razão, Sorel o concebe como um conjunto de imagens compreendidas a partir do irracional defendendo ainda que “o entendimento freia a ação”. Para Sorel, o mito é a força motriz impulsionadora fundamental de qualquer grande movimento histórico, sem a qual não há como partir para o princípio da ação política.

A partir das idéias de Sorel surgem diferentes abordagens sobre o mito político. Uma de relevância e de certa forma contrária a negação da racionalidade proposta por Sorel é a de Murray Edelman (1985). De caráter instrumental, a perspectiva deste autor sobre uma fabricação consciente de mitos políticos é característica da modernidade. Essa elaboração tem como fundamento interesses materiais ou simbólicos de grupos sociais e, portanto não pode ser entendida como uma produção irracional, mas como um processo de construção sistematicamente racionalizada.

Tal perspectiva tem como foco central às nuances que cercam o poder, como legitimidade, benefícios para alguns e subserviência, pois o autor destaca ainda que as produções simbólicas encarnam o que as massas necessitam crer sobre o Estado enquanto centro de poder, ou seja, seriam as esperanças e anseios dos homens que determinariam os significados, e estes teriam então a capacidade de produzir benefícios para certos grupos específicos.

Essa perspectiva prega também a existência de dois mundos: o das pessoas que temem e aclamam as imagens e aqueles que detém e conduzem o poder. Contudo, apesar de perceber claramente este aspecto da esfera política, é preciso superar uma abordagem que concebe o mito apenas como instrumento e fenômeno exclusivamente racionalizado e associado à necessidade de legitimidade do poder, mas perceber a existência de uma realidade mais complexa na qual reside também um componente psicológico coletivo irracional. Os atores políticos são dotados de racionalidade, mas tem igualmente suas escolhas inseridas em uma dimensão simbólica e também inconsciente.

Sob o mesmo fundamento funcionalista e instrumental, Kaplan e Lasswell, apresentam um viés diferente de Murray Edelman, ao destacarem que a propaganda não constrói opiniões advindas do nada, mas atua sobre determinadas “predisposições” preexistentes na sociedade e que existe limites para sua eficácia.

Mas é, contudo, Ernst Cassirer em “*O mito do Estado*” (1992), que vem destacar o predomínio do pensamento mítico em detrimento da racionalidade em algumas sociedades modernas. Busca na teoria do mito enquanto forma primária de se relacionar com o mundo, mas diferencia o mito político moderno por destacar que este é fabricado como arma técnica e com função definida, mas sem descartar seu elemento irracional.

O autor tem como objeto de análise, o fascismo e o nazismo enquanto sistemas políticos modernos. Sob estes sistemas observou o predomínio do pensamento mítico sobre o racional como “fundo emocional em que ele se erige e sobre o qual se sustenta ou desaparece”. Para Cassirer, existe uma relação entre crise e mito político pontuando que nos momentos críticos da vida social, o homem se vê crente em mitos, uma vez que as forças racionais perdem espaço não servindo em seu valor explicativo, então o mito que não fora realmente e completamente vencido e subjogado, retorna a fazer parte do pensamento social, valendo-se de sua função explicativa.

Cassirer admite então a clivagem entre racionalidade e irracionalidade presente no mito que por sua vez adota a linguagem do novo, da emoção e das paixões e revela ainda, ao contrário de seus colegas funcionalistas, outro ponto central dos mitos políticos modernos, ao afirmar que estes buscam a aceitação através da sedução antes de buscar impor-se pelo poder.

De fato, pensar a atividade política em geral desprovida de qualquer emotividade seria não perceber o fascínio e paixão que esta desperta nos homens. Elementos irracionais estão presentes em todas as relações sociais e igualmente no campo político. O que também não justifica a aceitação de qualquer manifestação do irracional no universo da política como sendo uma criação mítica.

O homem é um ser simbólico, seja ele moderno ou aquele das sociedades arcaicas. A subjetividade das imagens e do imaginário sempre permearam suas ações. De forma que, assim como os símbolos são manipulados racionalmente, envolvendo também a subjetividade humana pode ser capaz de determinar ações, o indivíduo é capaz igualmente de inferir na constituição destes mitos e símbolos.

7. O Mito Político como Revelador Ideológico

Dentre outros aspectos, a partir destas leituras fica evidente a percepção do mito político enquanto imagem, praticamente todos os pensadores sobre o tema o concebem em seu conteúdo imagético. Sejam estas imagens capazes de “evocar pela intuição, a massa de sentimentos capazes de incitar a luta política” como afirma Georges Sorel; seja “porque é a expressão de uma emoção. A expressão de um sentimento não é o próprio sentimento, é a emoção tornada imagem”, a qual se refere Ernst Cassirer; ou enquanto “constelações de imagens” assim cita Gilbert Durand ou ainda como “sintaxe de imagens” como propõe Girardet.

Esta repetição se faz presente também na relação entre o mito político e o homem enquanto agente consumidor e ao mesmo tempo influenciador da

composição e instituição do mito. Girardet (1987, p. 83) destaca com primazia o mito em sua função de revelador ideológico, “o reflexo de um sistema de valores ou de um tipo de mentalidade”. Em sua observação sobre os grandes heróis imaginários e reais menciona os vários exemplos conhecidos da sociedade francesa;

Basta acompanhar o destino póstumo da lenda napoleônica para perceber no Napoleão dos românticos, no dos homens de 1848 e no da juventude literária do final do século uma das imagens privilegiadas em torno da qual vêm cristalizar-se, em sua diversidade e também em suas contradições, as ambições, os impulsos, os fantasmas e as certezas de cada geração.

Mais adiante conclui enquanto proposta de observação destes na atualidade: “é igualmente permitido pensar que, para toda sociedade, um estudo um pouco atento da imagem de seus heróis salvadores e de seu legendário histórico faria aparecer com evidente nitidez os ‘modelos de autoridade’ inerentes a essa sociedade e característicos dela”. (GIRARDET, 1987, p. 84).

Personagens e figuras políticas que apresentem as características capazes de atender as “necessidades” e resolver os impasses de uma cidade ou de uma nação. E se o mito político é “chamado” ou tem seu espaço garantido por períodos de crise ou circunstâncias adversas, então o personagem herói aparece revestido exatamente dos elementos capazes de suprir os anseios tanto concretos como imaginários de seus seguidores;

Não há nenhum dos sistemas mitológicos de que tentamos definir as estruturas que não se ligue muito diretamente a fenômenos de crise: aceleração brutal do processo de evolução histórica, rupturas repentinas do meio cultural, ou social, desagregação dos mecanismos de solidariedade e de complementaridade que ordenam a vida coletiva. Nenhum que não se relacione a situações de vacuidade, de inquietação, de angústia, ou de contestação. De maneira constante, a análise tende a nos reconduzir à noção durkheimiana de anomia, ou mais geralmente talvez, à velha distinção, cara à escola sociológica francesa do século XIX, entre, “períodos críticos” e “períodos orgânicos”: é nos períodos críticos que os mitos políticos afirmam-se com mais nitidez, impõe-se com mais intensidade, exercem com mais violência seu poder de atração. (GIRARDET, 1987, p. 180).

O autor destaca ainda como questão relevante o fato de que estes encontram seu “impulso motriz” justamente no interior de grupos minoritários, oprimidos que não se identificam com o sistema ou a representação vigente. São geralmente aqueles que se sentem ameaçados ou esquecidos que alimentam e dão força a figura do herói;

Esses grupos aparecem, no mais das vezes, em uma situação instável em relação à sociedade global, de distorção em relação ao sistema estabelecido ou em via de instauração. Quer essa situação pareça depender prioritariamente de fatores de ordem econômica-social (deterioração das condições de existência, redução ao estado proletário, rejeição para fora dos quadros sociais tradicionais) ou de fatores de ordem cultural (recusa da modernidade, desagregação das crenças, contestação dos valores comumente admitidos), o problema não apresenta, no caso, senão uma importância afinal secundária. O essencial está no fato de que a efervescência mítica começa a desenvolver-se a partir do momento em que se opera na consciência coletiva o que se pode considerar como um fenômeno de não-identificação. A ordem estabelecida parece subitamente estranha, suspeita ou hostil. Os modelos propostos de vida comunitária parecem esvaziar-se de toda significação, de toda legitimidade. (GIRARDET, 1987, p. 180-181).

Quando um líder político encarna o papel de salvador, o que é comumente praticado, o processo de heroificação implica mesmo numa certa adequação entre a figura do salvador virtual e os anseios de uma sociedade em um determinado momento histórico. Tal fato reflete inclusive da função maior geralmente atribuída ao herói que surge como uma resposta às expectativas enunciadas ou latentes. Esta imagem vai variar de acordo com o momento vigente, ou seja, se uma liderança é legitimada e aclamada, ela certamente encarna as características capazes de responder as expectativas de seus seguidores.

8. Considerações Finais

A partir do exposto, parece-nos que fica evidente que o conceito de mito político que consideramos aqui, é na verdade um construto de diferentes abordagens e fez-se em parte a partir das percepções primeiras de autores como, Mircea Eliade, Claude Lévi-Strauss e Joseph Campbell, sobre a dimensão da imagem e o mito para as sociedades primitivas.

Na esfera política, contribuem apontamentos tendo como precursor Georges Sorel, que com ressalvas as críticas, trouxe, de maneira válida, a idéia do mito político como força motriz para a ação política, os autores que o sucederam a partir de outras considerações relevantes, como foram aqui mencionadas e culmina no pensamento advindo da corrente da Nova História¹² tendo como representantes para estes estudos, Bronislaw Baszko e Raoul Girardet que concebem o Estado moderno e suas expressões políticas como esfera racional, mas que não deixa de se vincular ao irracional, ao intuitivo e ao inconsciente.

Roland Barthes, para além da percepção de sua teoria como idéia de falseamento, contribui ao apresentar os mitos e mitologias na contemporaneidade como elementos dotados de significados a partir de uma finalidade específica de interpelar e convencer.

Mas é Raoul Girardet a partir das idéias de Gilbert Durand, que constitui a referência principal no tocante ao embasamento teórico e quanto à proposta metodológica. No primeiro caso, o autor possibilita uma percepção mais ampla do mito político ao apresentá-lo como narrativa, como fonte explicativa capaz de dar legitimidade e racionalidade ao passado, como ação mobilizadora e enquanto revelador ideológico. Quanto à inspiração para o procedimento metodológico, o autor em suas análises propõe observações dos mitos a partir de temas “de exames”, de estruturas que se repetem e se articulam em torno de um eixo central. Gilbert Durand (1987, p. 20) denomina “constelações mitológicas”, “os conjuntos de construções míticas sob o domínio de um mesmo tema reunidas em torno de um núcleo central”, idéia compartilhada e adotada por Girardet.

Neste sentido, o mito político é apreendido neste estudo como instrumento de reconquista de uma identidade comprometida. Serve para dar legitimidade e racionalidade ao passado, e ainda constitui mecanismo de interpretação da realidade, servindo como chave de explicação para um determinado tempo histórico. Pode aparecer como uma espécie de revelador ideológico, por ser justamente reconhecido socialmente e percebido subjetivamente. É racionalmente “produzido”, mas agrega fatores irracionais e emocionais. Tem capacidade de mobilização social e aparece sempre relacionado e característico de seu tempo histórico.

¹² A Nova História é um termo que expressa uma nova tendência da historiografia francesa contrária à dominação do positivismo enquanto escola de pensamento. Tem como referência a Revista “*Les Annales*” que deu voz a estes historiadores durante os anos 1930 que se expressavam de maneira mais discreta já nos anos de 1920. Como destaques, Lucien Febvre e Marc Bloch fundaram a revista com a finalidade de promover a pluridisciplinaridade, a união das ciências humanas em detrimento da especialidade do conhecimento.

Entender como um político pode ter sua imagem mitologizada pode fornecer elementos importantes para apreender sobre o imaginário social e sobre a cultura política vigente no país. Pode elucidar aspectos que fazem do cidadão eleitor um verdadeiro consumidor de mitos e evidenciar as modificações ocorridas na prática política e eleitoral brasileira. É capaz por fim, de explicar como uma mesma figura pública pode transitar no cenário político por mais de três décadas, a partir de imagens diferentes, em momentos distintos sendo ora aceita ora rejeitada, pode ser reconfigurada de tal maneira que culminou com sua aceitação e afirmação mesmo perante os mais fortes discursos de negação.

9. Referências Bibliográficas

- ALBUQUERQUE, Afonso de. Política versus televisão: o Horário Gratuito na campanha presidencial de 199. In: Comunicação & Política, n.s., vol I, n 3, p. 49-54, 1995.
- _____. Aqui você vê a verdade na teve: A propaganda política na televisão. Niterói: MCII (Publicações do Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação), 1999.
- ALMEIDA, Alberto Carlos. Por que Lula? O contexto e as estratégias políticas que explicam a eleição e a crise. Rio de Janeiro, Editora Record, 2006.
- ATTUCH, Leonardo. A CPI que abalou o Brasil: os bastidores da imprensa e os segredos do PT. São Paulo, Futura, 2006.
- BARTHES, Roland, Mitologias. Trad. Rita Buomgermino, Pedro de Souza e Rejane Janowitz. 3^a ed. Rio de Janeiro: Difel, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. O poder Simbólico. Lisboa: Diefel/Bertrand, 1989.
- CAMPBELL, Joseph. O poder do mito. 26^a ed. São Paulo: Editora palas Athena, 2008.
- CARVALHO, Luiz Makluf. Já vi esse filme. Reportagens e (polêmicas) sobre Lula e o PT (1984-2005). São Paulo: Geração editorial, 2005.
- CASSIRER, Ernst. O mito do Estado. Tradução: Editora: Codex, 1992.
- CAMAROTTI, Gerson. Memorial do Escândalo: os bastidores da crise e da corrupção no governo Lula. São Paulo, Geração editorial, 2005.

- CONSTANTINO, Rodrigo. Estrela Cadente: as contradições e as trapalhadas do PT. Belo Horizonte, Soler Editora, 2005. DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Lisboa: Edições Afrodite, s/d.
- ELIADE, Mircea. Mito e Realidade. São Paulo: Perspectiva, 1972.
- _____. Mito do Eterno Retorno. São Paulo, Mercury, 1992.
- GIRARDET, Raoul. Mitos e mitologias políticas. São Paulo. Companhia das letras. 1987.
- HIPOLITO, Lucia. Por dentro do governo Lula: anotações num diário de bordo. São Paulo, Futura, 2005.
- LASSWEL, Harold. “A linguagem do poder” In: LASSWEL, Harold (org.) A linguagem da política. 2ª ed. Brasília: Editora Unb, 1982.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. Mito e significado. Trad. Antônio Marcos Bessa. Lisboa: Edições 70, 1978.
- MANIN, Bernard. As Metamorfoses do Governo Representativo. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, nº 29, outubro, 1995.
- MENDES, Candido. Lula: a opção mais que o voto. 5ª ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.
- MENDES, Candido. Lula entre a impaciência e a esperança. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- MENDES, Candido. Lula depois de Lula. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- MENDES, Candido. Lula apesar de Lula. 3ª ed., Rio de Janeiro: Garamond, 2006.
- MENDONÇA, Kátia Marly Leite. A salvação pelo espetáculo – Mito do herói e política no Brasil. Rio de Janeiro: Topbooks, 2002.
- MERCADANTE, Aloizio. Brasil: primeiro tempo. Análise comparativa do governo Lula. São Paulo, Editora Planeta do Brasil. 2006.
- MIGUEL, Luiz Felipe. Em busca da harmonia perdida: mito e discurso político (uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994). (Tese de Doutorado). São Paulo: Universidade Estadual de Campinas. 1997.

MONTENEGRO, Rosilene Dias. Juscelino Kubitschek: mitos e mitologias políticas do Brasil moderno. (Tese de Doutorado). São Paulo: Universidade Estadual de Campinas, 2001.

PARANÁ, Denise. Lula o filho do Brasil, Biografia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

RUBIM, Antônio Albino Canellas. Mídia e Política no Brasil. João Pessoa: Editora Universitária/UFBP, 1999.

_____. Comunicação e Política. São Paulo: Haker Editores, 2000.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. O Estado espetáculo. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

SCOLESE, Eduardo & NOSSA, Leonencio. Viagens com o Presidente – dois repórteres no encalço de Lula do planalto ao exterior. Rio de Janeiro, Editora Record, 2006. **SOREL, Georges. Reflexions sur la violence. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Martins Fontes, 1992.**

VOVELLE, Michel. Imagens e Imaginário na História: fantasmas e certezas nas mentalidades desde a Idade Média até o século XX. São Paulo, Ática, 1997.