

A derrota não explicada – Uma reflexão sobre a eleição municipal de 2004 em São Paulo

Luiz Antonio de Paula *

Índice

1	Introdução	1
2	Os números da derrota	4
3	Atraindo o popular	7
4	Atraindo os abastados	11
5	Conclusão	13
6	Referências Bibliográficas	14

1 Introdução

O resultado da eleição municipal de 2004 em São Paulo, com o fracasso da prefeita Marta Suplicy (PT) na tentativa de reeleger-se, se transformou em um grande desafio para os pesquisadores que se propõem a explicar esta derrota. O que intriga os analistas é o fato de Marta ter uma aprovação significativa de sua gestão (48% da população considerava sua administração ótima ou boa

*Jornalista e Mestrando do Programa de Pós Graduação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo- ECA/USP. Este trabalho foi desenvolvido durante o curso Comunicação e Cultura: O Popular e o alternativo, ministrado pelo Prof. Dr. Luiz Roberto Alves.

no início da campanha)¹ e não ter conseguido transformar este julgamento positivo em votos. No primeiro turno, ela obteve 31,5% da preferência do eleitorado e no segundo acabou com quase 500 mil votos a menos que o prefeito eleito, José Serra do PSDB².

Se estes números acirram o debate sobre o posicionamento dos paulistanos, que, numa primeira e superficial análise, pode parecer incoerente, também servem para uma importante reflexão sobre o conceito de popular. Especialmente, para se perceber como ele pode ser contaminado por tentativas de folclorizar fenômenos sociais, além de ser vulnerável a manifestações de intolerância. Afinal, nunca como em momentos eleitorais decisivos se observa tanto debate sobre “interesses do povo” e “privilégios da elite”. Como observa Marilena Chauí:

“...a política pode ser a esfera privilegiada para avaliar a oposição e mesmo a contradição entre o povo e a elite, visto ser possível perceber, nas mais diversas circunstâncias (greve, revoltas, eleições) que os dominados jamais se enganam na identificação de seus inimigos de classe, CHAUI, 1994, 15” .

Diante da necessidade de explicar uma derrota observou-se por parte de lideranças do Partido dos Trabalhadores (PT), uma tentativa de folclorizar o resultado das urnas. O objetivo seria provar que Marta foi rejeitada pela elite, por realizar um governo popular. Os defensores dessa idéia argumentam que ela teve o reconhecimento das classes menos favorecidas pelo seu trabalho e por projetos sociais desenvolvidos na periferia. Isto lhe daria legitimidade para postular a indicação do partido para concorrer ao Governo do Estado em 2006.

Outras hipóteses para explicar a derrota foram veiculadas. A própria prefeita, 20 dias após a abertura das urnas, apesar de reco-

¹ Dados da pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha nos dias 7 e 8 de outubro de 2004 e publicada no dia 9 de outubro de 2004 pelo jornal Folha de S. Paulo.

² Dados oficiais do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo

nhecer que errou em seus projetos nas áreas de saúde e tributária, vinculou o fracasso à política econômica federal, afirmando: “A avaliação do governo Lula passou a influenciar o contexto da disputa municipal, numa situação marcada pela deterioração do poder aquisitivo dos setores populares, incluídos os setores médios, além da tradicional influência conservadora própria à cidade de São Paulo”. A observação soou estranha, pois a campanha petista no segundo turno procurou vincular a todo momento o presidente e Marta, usando o slogan “esta dupla faz”.

Além de explicações de cunho preconceituoso e eivadas de demonstrações de intolerância como a rejeição ao fato de Marta ter se separado do marido (o senador petista Eduardo Suplicy) após sua vitória em 2000, houve quem enxergasse no resultado uma manifestação do eleitorado que não queria a concentração do poder político nas mãos do PT. Esta hipótese é plausível, porém se enfraquece diante das vitórias do partido em capitais como Belo Horizonte e Recife e grandes cidades da região metropolitana, como Osasco, Guarulhos, Santo André e Diadema.

Entre as várias possíveis causas do fracasso petista na capital sobressaem as avaliações de que houve um erro muito grande dos estrategistas de campanha e da equipe de Governo ao procurar alianças partidárias. O povo não entendeu porque um partido que não quis aliar-se ao PMDB, aceitou o apoio de um político estigmatizado por denúncias de corrupção como Paulo Maluf, que havia sido o grande adversário de Marta em 2000. O repúdio à criação das taxas do lixo e de iluminação contribuiu para a deterioração da imagem da prefeita observando-se inclusive o fenômeno de pessoas isentas destes pagamentos engrossando o coro dos que apelidavam de “Martaxa”. Também foram registradas justificativas pontuais como os transtornos causados pelas obras realizadas nas proximidades das eleições

Evidentemente todo resultado eleitoral é a somatória de uma série de fatores, mas o importante nesta análise será debater o conceito de popular que foi utilizado pela equipe de assessores de marketing e comunicação da prefeita. Há sinais de que houve um

grande equívoco desses especialistas ao analisar os motivos que levaram Marta a ser eleita em 2000 e ao definir a melhor maneira de garantir-lhe a continuidade no cargo. Esse erro se manifestou na confusão entre pobre e popular, assim a primeira fase do governo priorizou investimentos em bairros concentradores da população de mais baixa renda. Porém, se a proposta era ser e fazer um governo popular a definição do conceito foi negligenciada.

Em seu curso Comunicação e Cultura: O popular e o alternativo³, o professor Dr. Luiz Roberto Alves alerta para a distorção já folclorizada de que ao se estudar o popular pensa-se estar estudando uma minoria, quando na verdade a classificação se aplica a imensa maioria da população. Essa constatação derruba a análise precipitada feita por importantes líderes petistas como o senador Aloísio Mercadante e o guru de campanha e secretário municipal Valdemir Garreta de que ela havia vencido nas regiões de concentração popular. Afinal, se Marta tivesse apoio significativo deste segmento social, por uma lógica matemática, teria vencido.

2 Os números da derrota

“... a classe média forma-se no quadro da modernização dependente, ainda que mediatizada pela indústria local, mas está demasiado próxima do povo para poder assumir a visão bovarista das antigas elites. Por outro lado, a influencia que exerce a cultura média na massa popular interfere na criatividade desta. O seu encontro com o povo é também a descaracterização deste, FURTADO, 1984” .

Esta constatação do cientista social Celso Furtado no artigo “Sete teses sobre a Cultura Brasileira” se fosse lida pela equipe da prefeita Marta Suplicy poderia ter dado uma direção diferente

³ Afirmação feita em aula ministrada em 17.09.04 na Escola de Comunicação e Artes - USP

nas suas prioridades de início de governo. Afinal os números revelados pelas urnas mostram que seu grande fracasso foi nos bairros onde vive a classe média mais próxima do popular⁴. É importante ressaltar que o quadro revelado por Furtado em 1984 se acentuou a partir do Plano Real. Esta alteração na economia em 1994 provocou um achatamento na renda da classe média e levou à aproximação maior entre esse segmento e os menos favorecidos que se livraram de boa parte do grande custo da inflação.

Além deste erro na análise do “que somos” que Furtado procurava responder no artigo citado, o governo Marta também parece ter errado ao tentar enquadrar a prefeita numa imagem de popular. Seu perfil político não admitia tal figurino o que explica o seu desempenho abaixo do esperado também em zonas eleitorais onde investiu alto em projetos sociais que visavam atender a necessidades dos menos favorecidos. Nesse aspecto é possível fazer uma relação com as análises de Mikhail Bakhtin sobre o grotesco, como vemos nos seguintes trechos:

“...qualifica de grotesco tudo o que se aparta sensivelmente das regras estéticas correntes, tudo que contém um elemento corporal e material nitidamente marcado e exagerado, (Citando Flögel, pág 31)” e “...o grotesco é sempre e unicamente uma sátira negativa, é o exagero do que não pode existir, exagero que ultrapassa o verossímil e se torna assim fantástico, (citando Schneegans, pág 39), BAKHTIN, 1987” .

A imagem usada pela cientista política Lucia Hippolito⁵ de que “Chanel⁶ na lama irritou a classe média” reforça a idéia de que a posição de Marta (especialmente nos primeiros meses de sua administração) de tentar se aproximar do popular pareceu

⁴ Ver Anexo I

⁵ Historiadora e cientista política, comentarista política da Rádio CBN

⁶ Referência à uma grife famosa da moda francesa e ao estilo luxuoso da prefeita vestir-se

falsa. Sua imagem de filha de milionários, acostumada a passar férias em Paris, pulando poças de água na periferia, produziu o mesmo choque que o realismo grotesco procurava provocar nos tempos de Rabellais. Se na idade média havia a preocupação do protesto e de dizer que o popular existia, na São Paulo cosmopolita, isto custou à prefeita a imagem de hipócrita entre os membros das classes mais privilegiadas sem lhe garantir a confiança dos segmentos populares. Afinal, uma prefeita elegante e bem maquiada que se diz ligada ao povo se constituía no exagero que ultrapassava o verossímil.



A prefeita Marta Suplicy visita área da periferia atingida pelas enchentes no primeiro mês de seu mandato.

Apesar da separação por zonas eleitorais não ser um referencial exato da estratificação social da cidade, uma comparação entre os resultados conseguidos por Marta em 2000 e 2004 deixa bem evidente os equívocos apontados na vinculação dos conceitos de Furtado e Bakhtin, quais sejam de que a campanha petista não conseguiu entender que a grande maioria da classe média vive sob conceitos estabelecidos pelas culturas populares e de que é impossível travestir de popular um líder político que não tenha essas características.

Não se levando em conta o fato da vitória de Marta em 2000 ter sido conseguida contra um adversário (Paulo Maluf) que enfrentava um alto índice de rejeição e era fiador de uma administração (Celso Pitta) que terminava envolta em denúncias de corrupção e de incompetência, observa-se o seguinte quadro: Marta conseguiu melhorar sua performance em cinco zonas eleitorais de periferia, mas piorou desempenho em onze zonas com perfil semelhante, foi fragorosamente derrotada nas 21 zonas eleitorais que podem ser enquadradas como classe média, enquanto nas quatro zonas consideradas essencialmente de elite teve 129.097 votos a menos que José Serra.

Ainda desmistificando a tentativa de folclorizar o resultado é importante assinalar que Marta teve apenas 14.067 votos de vantagem nas áreas de periferia que definiu como prioritárias, isto permite concluir que os 474.052 votos que teve a menos nos bairros tachados de classe média foram determinantes na derrota sofrida. Todos esses números não levam em conta o crescimento do eleitorado nos últimos quatro anos na Capital. É importante assinalar que nas cinco zonas onde Marta melhorou seu desempenho contou com o trabalho decisivo de políticos que se destacam pela maneira “coronelística” de garantir votos como o vereador Milton Leite em Piraporinha e os irmãos Tatto em Capela do Socorro e Grajaú.

3 Atraindo o popular

“... A popularidade da prefeita na periferia é visível. A chuva e o vento forte não impediram que mais de 700 pessoas da região de Pirituba, distrito de Jaraguá, na zona norte de São Paulo, fossem à inauguração do 11º Centro Educacional Unificado, o CEU Pêra Marmelo, no dia 13 de novembro, uma quinta-feira. (...) Quando uma senhora pediu a Marta um minuto para fazer um pedido, a prefeita, não mediu as palavras: "Agora não, tenho que fazer a inaugura-

ção". O jeito ríspido de tratar a mãe de família é do estilo da prefeita. Outros administradores pediriam para que um assessor escutasse o pedido da cidadã. Marta, espontaneamente, diz não....”⁷

O relato acima é paradigmático da relação frágil entre a prefeita e as classes populares da cidade em todo o seu mandato e pode ser um indicador crível para explicar a defasagem entre os índices de aprovação de sua administração e os votos recebidos. Nesse caso vale lembrar que a primeira mulher eleita prefeita de São Paulo, Luiza Erundina, na época (1988) filiada ao PT, experimentou processo inverso. Enquanto Marta entregou mega espaços como os Centros Educacionais Unificados (CEUs) mas não conseguiu uma empatia com os membros das classes populares, Erundina tinha sua imagem popular destacada mas suas obras não. Ela priorizou investimentos em saneamento básico e mutirões habitacionais, obras que não tinham a visibilidade dos CEUs.

Ambas perderam. Erundina inclusive não só fracassou ao tentar eleger seu sucessor como foi derrotada por Celso Pitta em 1996. Os assessores de Marta demonstraram ter aprendido fazer jogo político na Câmara Municipal e barganhar na distribuição de cargos práticas que Erundina não fez e lhe custou oposição cerrada no legislativo. Eles perceberam também que era preciso unir a imagem de prefeita popular a obras populares, porém não conseguiram sair-se bem nesta parte da lição.

⁷Reportagem do jornal Valor Econômico de 05.01.04 assinada por Jamil Nakad Junior



Marta entre o público que compareceu a inauguração do CEU na região de Pirituba em novembro de 2003

Um ponto que corrobora a impressão de que a administração Marta não entendeu a mensagem do popular é redução de seus votos em bairros onde construiu os Centros de Educação Unificada (CEU), como na Vila Brasilândia. A Revista Veja, na semana anterior ao primeiro turno, informava que Marta havia cumprido a promessa de levar cultura à periferia, destacando a construção de 21 CEUs, cada um com um sala de teatro e cinema com 450 lugares, salas de dança e música, sala multiuso com capacidade para receber 110 pessoas, biblioteca e estúdio de rádio e TV. Acrescentava que 390 mil pessoas participaram de 1340 eventos nestes centros. Se isto não se converteu totalmente em votos, pode-se dizer que foi devido ao alto número de pessoas que permaneceram excluídas de seus benefícios (especialmente o ensino de qualidade) ou que os usuários aprovavam os equipamentos recebidos mas não transformaram esta satisfação em simpatia para com a prefeita que os viabilizou.

Muitos analistas questionam se o CEU era exatamente o que a periferia queria permitindo uma analogia com a descrição do povo de Paris de Daniel Roche onde ele faz a distinção entre a taberna e o café:

“...ali (na taberna) se estabelece uma ordem social que escapa parcialmente às normas: uma casaca

bem-assentada transforma o companheiro-artesão, um vestido branco escolhido a dedo faz da costureirinha bem-feita de corpo uma pessoa favorecida...tudo funciona por relações de vizinhanças...é uma sociedade calorosa...O café, com seu decoro, seus espelhos, sua organização, seu silêncio relativo propício à intelectualidade, seu espaço em que as distâncias se preservam, responde a outra coisa: é uma sociedade morna, ROCHE, 2004 , pág 334”

Fica a pergunta se a periferia não viu o CEU como o Café da Paris de Roche e preferia mais vagas na creche e tabuleiros de dama e dominó nas ruas de lazer que há tempos existem na cidade. O relato de Marcos de Moura e Souza sobre a visita da prefeita e uma delegação de políticos e empresários franceses ao CEU Meninos em 28.10.03 é ilustrativo da falta de sintonia da administração petista e a realidade das áreas populares.

“ São Paulo - A prefeita de São Paulo, Marta Suplicy (PT) apresentou na terça-feira a visitantes estrangeiros seu mais novo cartão internacional de visitas: o Centro Educacional Unificado (CEU) Meninos, o nono escolão inaugurado na cidade desde agosto.(...) O CEU Meninos fica numa área pobre do bairro do Ipiranga e é o primeiro a oferecer aulas de francês a duas turmas da 1.ª série, graças a um convênio com o governo da França.(...) Luiz Favre, o marido de Marta, ajudou a ciceronear os convidados. (...) A certa altura - após os visitantes assistirem a um grupo de crianças cantarem em francês uma musiquinha do Gato Tatou (je suis Tatou, le chat...) - Favre perguntou baixinho à secretária municipal de Educação, Cida Perez: "Não vão tocar a Marselhesa?"Não tocaram.(...) Marta beijou crianças, deu autógrafos, cumprimentou moradores e defendeu com ardor os CEUs.'Aqui (na nova unidade)

vocês vão ter um olhar francês, vão ver filmes franceses e tudo isso' prometeu(...)"⁸

4 Atraindo os abastados

Na sua primeira entrevista após divulgação dos resultados do primeiro turno concedida no dia 04.10.03 a prefeita Marta afirmou que havia faltado voto dos abastados, ressaltando: "Agora, gostaria que as pessoas das regiões mais abastadas percebessem que tudo que foi feito nesta cidade foi feito com um olhar para os mais carentes, (mas) que beneficia os que têm mais também. A população mais abastada não foi abandonada", afirmou Marta, citando os túneis da avenida Rebouças sob a avenida Faria Lima e o centro da cidade recuperado.

Esta análise reforça a constatação de que os conceitos de classificação social da população de São Paulo foram usados de maneira equivocada pela prefeita e sua equipe. Aliás, essa mudança brusca de direção se verificou um ano e pouco antes da deflagração da sucessão municipal quando os estrategistas de marketing do PT "descobriram" que a prefeita estava consolidando uma imagem de que sua administração privilegiara excessivamente as áreas periféricas da cidade. Entre os formadores de opinião esta impressão era reforçada pela crença de que às demais regiões era destinado o custo das taxas criadas em seu mandato.

Deu-se então a explosão de diversas obras viárias nas partes consideradas mais nobres. Porém esta alteração de foco acabou não trazendo o retorno em votos previstos pelos assessores de Marta especialmente pelos transtornos causados com a concentração de vias interditadas e desvios no trânsito da cidade. O jornal O Estado de São Paulo tradicional porta voz das classes média alta e da elite paulistana em editorial no dia 11.04.04 resume bem a reação destes segmentos ao ver a cidade transformada em canteiro de obras:

⁸ Disponível em <http://www.estadao.com.br/educando/noticias/2003/out/29/67.htm> acesso em 13.01.05

“ Para que fossem tocadas as 17 grandes obras em andamento na cidade de São Paulo, foram interditados 87,7 quilômetros de vias. São tantas as intervenções que as rotas de fuga se reduziram e regiões inteiras se transformaram, para os motoristas, em labirintos permanentemente congestionados. (...) Depois de três anos de administração polêmica e falha, a prefeita Marta Suplicy decidiu apostar na falta de memória do eleitor e, no ano em que concorre à reeleição, tenta reverter o desgaste de sua imagem com grandes obras. O resultado não poderia ser outro: ‘Se ela concorrer com o Bandido da Luz Vermelha, voto nele’, disse ao Estado o administrador de empresas Gabriel Silva, resumindo a insatisfação do eleitor paulistano com a prefeita que pôs a cidade de pernas para o ar. (...)

A concentração de obras numa cidade de trânsito já normalmente caótico e transporte público deficiente foi a iniciativa mais infeliz da administração Marta Suplicy.”

O mesmo jornal em 22.08.04 também em editorial criticou duramente o custo dos CEUs informando que cada unidade tinha custado R\$ 18 milhões e finalizando com a condenação do projeto, registrando *“Mais uma vez os recursos da Educação serão comprometidos com um único projeto que, pelo seu alto custo, deixa sem atendimento outras necessidades do setor, como a capacitação de professores, o melhor equipamento das escolas existentes, o aperfeiçoamento da orientação curricular, etc.”* quando se observa que este porta voz das classes mais favorecidas não criticou em nenhum momento o valor das obras viárias (o túnel no cruzamento das avenidas Rebouças e Faria Lima custou R\$ 97,4 milhões e o corredor de ônibus a sua esquerda R\$ 10,5 milhões) percebe-se sinais claros da intolerância com a qual foi tratada a administração petista em suas duas tentativas de agrandar pólos extremos da estratificação social.



Placa de protesto colocada por comerciantes da região da Av. Cidade Jardim após o início das obras do túnel.

Retornando ao texto de Celso Furtado citado na página 4 percebe-se que a administração Marta Suplicy não se preocupou com a pergunta “Que somos?” na hora de definir suas prioridades, nem no momento em que concentrou esforços na periferia muito menos ao inverter totalmente seu foco de atuação investindo em obras nas áreas nobres. Ficou desatendida uma parcela muito grande da população a que se enquadra na definição de classe média e como ensina Furtado tem anseios dentro dos padrões populares ou próximo deles.

5 Conclusão

A definição de popular é um desafio que tem exigido esforços de pesquisadores há muitos anos e ainda é uma tarefa instigante. Por isso é muito perigoso para qualquer tipo de formulador de estratégias de governo definir-se como popular. No caso da prefeita Marta Suplicy o equívoco se transformou em evidência a ponto de lembrar o grotesco da idade média e isto poderá ser elencado como uma das principais causas de sua derrota pelos historiadores do futuro.

A história não se faz de suposições por isso devem ser pouco consideradas afirmações do tipo: “Marta teria vencido se as grandes obras tivessem sido entregues três meses antes da inauguração oficial, pois seus benefícios teriam apagado a lembrança dos transtornos que causaram” ou “Marta teria vencido se tivesse persistido na estratégia inicial de investir na periferia” ou ainda “Marta teria vencido se não tivesse esquecido dos bairros classe

média”. No entanto são essas premissas que dão pistas aos pesquisadores para buscar explicações que permitam entender porque o povo rejeitou nas urnas a responsável por uma administração que ele mesmo aprovou.

Um fato, porém, já parece claro: houve uma separação nítida entre a imagem pessoal da Marta e de seu governo na hora da avaliação eleitoral. Os exemplos citados acima reforçam esta constatação e demonstram a dificuldade que a prefeita teve para estabelecer uma empatia com o público a quem desejava beneficiar e de quem esperava a retribuição em forma de votos. A intolerância dos formadores de opinião com a mulher petista que se separa do marido e ostenta roupas de grifes internacionais foi evidente, mas a folclorização do conceito de que popular equivale a pobre pode ser considerada mais determinante para a derrota.

6 Referências Bibliográficas

- BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na idade média e no renascimento*. Trad. Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1999.
- CHAUI, Marilena. *Notas sobre cultura popular*. In *Arte em Revista. Questão o popular*. Rio de Janeiro, Ed. Kairos, n° 3, 1980.
- FURTADO, Celso. *Sete teses sobre a cultura brasileira*. In *Revista do Brasil*. Ano 1 n° 02/84. Rio de Janeiro, 1984.
- ROCHE, Daniel. *O Povo de Paris*. Trad. Antonio de Pádua Danesi. São Paulo, Edusp, 2004.

