

RITUAL E SÍMBOLO NA POLÍTICA *

*Irlys Alencar Firmo Barreira***

RESUMO

Os rituais da política, presentes sobretudo em situações de campanha eleitoral, servem de referência ampla à reflexão sobre a “Caravana da Cidadania”, realizada pelo Partido dos Trabalhadores no momento da candidatura de Luís Inácio Lula da Silva à presidência da República. A partir da observação de reportagens, vídeos, imagens fotográficas e livros, considerou-se nesse artigo que este ritual de campanha contém elementos interessantes, a partir dos quais se articulam os temas da cultura e da política. Nesse sentido, a “Caravana da Cidadania” foi analisada a partir das seguintes questões: a) a produção de mecanismos de identificação entre “povo” e candidato; b) a simbologia do evento em sua tentativa de conhecimento e “descoberta” do Brasil; c) a construção de símbolos e imagens como expressão de conflito de interesses.

INDÍCIOS DE UM RELATO...

“...Foram mais de 40.000 km rodados por todos os estados brasileiros, cruzando este país continente de ponta a ponta, literalmente. Onde o ônibus não pode chegar, fomos de carro, de barco, de trem, de avião - de algum jeito, chegamos ao Brasil esquecido pelas elites que nos governam desde Pedro Álvares Cabral”. (Kotscho, 1994:9).

Este poderia ser o relato de uma expedição na tarefa de conhecer o interior do país, ou de viajantes interessados em explorar riquezas e delimitar domínios. Poderia, não fosse a sofisticação dos meios de transporte utilizados, encurtando trajetos, aproximando regiões distantes e o uso de linguagem alusiva a um perfil geográfico redesenhado. A partir dessa memória política, as especificidades regionais perdem importância, nivelando-se na condição de “Brasil esquecido pelas elites”.

* Comunicação apresentada no 22º Encontro Nacional de Estudos Rurais e Urbanos - CERU - maio de 1995.

** Universidade Federal do Ceará

A colocação do texto em seu contexto evidencia a proximidade das eleições para a Presidência da República, momento de campanha que torna a viagem de um candidato a regiões “esquecidas” distante das convencionais expedições exploratórias. Os espaços de reconhecimento, configurados nesse contexto, eram da ordem das crenças, pactos e adesões a um projeto político. Tratava-se, portanto, de uma missão que se propondo a “redescobrir o Brasil”, traçou um perfil de categorias excluídas sob vários aspectos, revelando significados que extrapolaram o momento especificamente eleitoral.

A realização dessa longa viagem, efetivada por diferentes profissionais da política, incluindo lideranças religiosas, jornalistas, escritores e membros do comitê de organização da campanha de Luís Inácio Lula da Silva suscitou um desencadear de valores, discursos e representações sobre a sociedade e a política, que superou os objetivos pragmáticos de uma campanha.

A “Caravana da Cidadania”, designação criada pelos protagonistas desse evento, apresentou as complexidades de um ritual político com larga oferta de símbolos que conjugam dimensões de identidade, regras de pertencimento e temas ligados a valores cívicos. O povo, a nação e o poder passaram a ser referentes básicos de discursos que circulam nesse momento especial, um tempo de escolhas que parece dar a impressão de ruptura ou reinício.

Os cenários desse trajeto trazem o anacronismo de um país desigual no espaço e no tempo. Discursos, parábolas, cânticos religiosos, filmagens e fotos compõem o arsenal de registros de natureza distinta, porém interligada. Uma interação que faz convergir os temas que são da ordem da cultura e da política, do espaço das crenças e da troca efetiva que se estabelece no contrato político existente em uma sociedade como a nossa, de convivência entre democracia e grandes desigualdades econômicas, políticas e culturais.

Este trabalho interessa explorar a produção de imagens de identificação, versões que constroem a qualificação de “povo esquecido” e toda uma simbologia que se efetiva em discursos, caminhadas e outras vias de comunicação. Procura analisar como e através de que elementos culturais foi estabelecido um conflito simbólico, que teve como eixo fundamental a temática da redescoberta do Brasil.

Nessas circunstâncias, a produção de mecanismos de identificação, estratégias de valorização da representação política e a recuperação de tradições culturais - incluindo a religiosidade popular - afloraram com nitidez.

Em síntese, as discussões aqui propostas visam recuperar a presença de aspectos culturais e políticos fortemente evidentes na Caravana da Cidadania, pensada como ritual significativo de explicitação de discursos, imagens e conflitos de interesses.

As idéias aqui expostas são resultados de várias fontes de pesquisa. Observação direta de um dos trajetos da Caravana no interior do Ceará, ocasião na qual foram feitas entrevistas com a comitiva; pesquisa em órgãos da grande imprensa que noticiaram o evento tais como jornais, revistas; livros produzidos por jornalistas que acompanharam as viagens e vídeos produzidos por organizadores da campanha política.

A CAMPANHA POLÍTICA COMO RITUAL

Menos voltadas para eficácia de campanha ou julgamento de táticas empregadas para obtenção da vitória, as reflexões que serão aqui desenvolvidas convergem para entender o ritual político como porta de entrada para analisar dimensões da vida cultural que se explicitam nitidamente na circunstância eleitoral. Romper a cena do “espetáculo-viagem” e ir aos bastidores do que Geertz (1985), baseado em E. Shils, nomeia de “centro dinâmico” da vida social representa um dos fios condutores das idéias aqui apresentadas.

Considera-se assim, que o ritual político é catalisador de valores sociais, mantendo no entanto a ressalva, não enfocada por Geertz, de que a natureza do evento campanha eleitoral é permeada por conflitos. Por tal motivo ocorre uma radicalização de imagens e personagens que são contrapostas. Afirmando ainda mais fortemente, uma campanha política é essencialmente conflito simbólico, cujas regras do jogo são a exacerbação da diferença, o enaltecimento de aptidões e a tentativa de apropriação de valores que expressam o centro da vida social. Eis portanto, uma situação tipo ideal, que nas circunstâncias analisadas assume o caráter de um conflito de interesses de grupos sociais, com distintas expressões no campo político.

É possível dizer que as diferentes campanhas políticas representam uma rotina normatizada pela experiência e readaptada a regras específicas de cada situação. Enquanto estratégia de enfrentamento de adversários, as campanhas são metáforas de um jogo cuja peça fundamental é da ordem da linguagem, das crenças materializadas no voto. Convencer eleitores, comprovar capacidade de mando, provar integridade moral são tarefas que acompanham esse momento de difusão, incorporação e apropriação de elementos simbólicos. Tarefa típica da democracia, considerando-se que a livre escolha, através do voto, construiu terreno favorável à disputa materializada através de perspectivas políticas em competição, que passaram a se transformar em ideologias. O espaço das eleições pode assim ser percebido como situação na qual a troca simbólica efetiva-se entre voto e adesão por credibilidade. Por tal motivo é considerada intolerável a troca de votos motivada por interesses materiais. Esta, vista como “compra”, ação que fere a ética e a percepção de livre escolha.

Esse imaginário de igualdade revela-se, no entanto, frágil diante das desigualdades econômicas e do conseqüente acesso diferenciado às informações, propiciando adesões sacralizadas e pouco afetas a mudanças.

Também as condições de participação no plano das decisões políticas constroem espaços de distanciamento, trazendo por conseqüência descrença na esfera da representação política. Eis porque o momento eleitoral tem a dupla tarefa de recompor para algumas camadas sociais o reconhecimento da política e viabilizar crenças através de plataformas partidárias.

Em tais condições, as formas de construção e difusão de ideologias vão estar marcadas pela capacidade de obter adesões entre setores amplos da sociedade.

“Ir até os excluídos” foi uma das decisões da Caravana da Cidadania, que tinha como um dos seus principais objetivos desfazer antigas e firmar novas crenças políticas.

O CONTATO COM OS EXCLUÍDOS

A idéia de formar uma comitiva com objetivos de percorrer o interior do país e discutir problemas que atingem mais fortemente setores dominados da sociedade antecede o momento tipicamente eleitoral. “A Caravana da Cidadania”, tendo Luís Inácio da Silva como líder principal, representou um tipo de ritual original, em torno do qual se mesclaram valores de natureza política, religiosa e cultural. Apresentando-se como não tipicamente eleitoral, a Caravana objetivava fazer de suas incursões no interior um momento de “conscientização”, capaz de agregar-se ao momento posterior da campanha eleitoral.

Os espaços percorridos pela caravana englobaram diferentes cidades e regiões conforme os seguintes roteiro:

PRIMEIRA CARAVANA

Início - 23 de abril de 1993

Término - 16 de maio de 1993

Duração - 24 dias

Percurso - Pernambuco, Alagoas, Sergipe,
Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo.

Número de Cidades visitadas - 54

SEGUNDA CARAVANA

Início - 3 de setembro de 1993

Término - 17 de setembro de 1993

Duração - 15 dias

Percurso - Acre, Rondônia, Mato Grosso, e Mato Grosso do Sul.

Número de cidades visitadas - 42

TERCEIRA CARAVANA

Início - 24 de janeiro de 1994

Término - 7 de fevereiro de 1994

Duração - 15 dias

Percurso - Amazonas, Pará

Número de Cidades visitadas - 27

QUARTA CARAVANA

QUARTA CARAVANA

Início - 18 de fevereiro de 1994

Término - 2 de março de 1994

Duração - 13 dias

Percurso - Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná.

QUINTA CARAVANA

Início - 19 de março de 1994

Término - 1 de abril de 1994

Duração - 14 dias

Percurso - Piauí, Ceará, Paraíba, Rio Grande do Norte

Número de Cidades visitadas - 45

SEXTA CARAVANA

Início - 12 de abril de 1994

Término - 24 de abril de 1994

Duração - 13 dias

Percurso - Maranhão, Tocantins, Goiás

Número de Cidades visitadas - 35

SÉTIMA CARAVANA

Início - 4 de julho de 1994

Término - 12 de julho de 1994

Duração - 9 dias

Percurso - Minas Gerais, Bahia e Pernambuco

Número de Cidades visitadas - 22

Como se percebe, os roteiros variando em média cerca de 14 dias, incluíram cidades interioranas, assumindo a idéia de contato com locais pouco conhecidos, alguns dos quais sem registros no mapa. Eram visitas rápidas condicionadas ao tempo total destinado a cada Caravana.

Em termos de estrutura, a Caravana foi integrada por um grupo de políticos que representava o exemplo da gestão eficaz (Luíza Erundina, ex-Prefeita de São Paulo; Davi Capistrano - Prefeito de Santos e Telma de Souza, ex-Prefeita de Santos). Também sindicalistas de reconhecimento nacional, vindos do sul do país, jornalistas e lideranças religiosas emprestavam ao evento um conjunto de significações com objetivos de divulgação e ampliação das adesões.

Apoiada por uma organização interna programada por adeptos da região a ser visitada, a comitiva normalmente fazia seu trajeto de ônibus e carro e incluindo a presença de seguranças e serviço de infra-estrutura. A chegada do candidato era festejada com faixas indicadoras de boas vindas, declarações de adesão e denúncias de condições de vida e trabalho. É importante observar, que cada cidade visitada

incluía contatos com adeptos do Partido dos Trabalhadores, além de autoridades e setores organizados da sociedade civil e política. É como se a presença da Caravana, solicitando audiência de diferentes representantes locais, independente da sigla partidária, fosse revestida de um cerimonial exterior à campanha política, espécie de “Missão Diplomática” que visava reconhecer o interior do país.

A condição de visitante, no desejo de “conhecer e dialogar”, colocava cada pequena cidade do interior na situação de acolhedora dessa comitiva que visava ampliar adesões tipicamente partidárias.

Os personagens reunidos em torno da Caravana parecem querer constituir uma espécie de paradigma da sociedade civil, configurada a partir de espaços políticos, religiosos e sociais. Ir até o interior constitui a metáfora do encontro de mundos diferentes que se equivalem na busca de objetivos comuns.

Vejamos como Lula explicita os objetivos da Caravana: “A verdade é que os objetivos da caravana da cidadania não é o de fazer comício. Em cada cidade que chegamos temos realizado comício porque tem juntado muita gente na praça. Há uma curiosidade muito grande do povo em cada cidade pequena em querer conversar com a caravana, perdendo um pouco o que foram as primeiras caravanas. Naquele momento a gente podia descer o microfone, conversar com as pessoas, ouvir as pessoas, ao invés delas ouvirem apenas os oradores. Agora a gente não está conseguindo fazer isso. Eu queria sinceramente explicar porque a gente inventou essa história de caravana... O que foi que eu descobri em 1989? Após a campanha de 1989 eu descobri que não apenas meu partido, mas a esquerda como um todo e a central sindical que nós ajudamos a criar, que é a CUT, e a minha candidatura de 1989 atingiu de forma extraordinária os chamados setores organizados da sociedade - trabalhadores rurais organizados, estudantes, metalúrgicos, bancários, intelectuais e uma parte da classe média. Mas a gente não tinha discurso para os chamados excluídos da sociedade. Não tinha contato com milhões e milhões de brasileiros ... Então nós resolvemos fazer a Caravana da Cidadania para atacar os dois opostos. Primeiro para conversar com os descamisados, os excluídos, aqueles que não estão organizados em sindicatos, partidos políticos e que às vezes são presas fáceis. (.....) Do outro lado nós fomos conversar com vários setores empresariais, pequeno, grande e médio. Fomos conversar com general, padre, bispo e leigo. Vou conversar com quem for necessário porque nós queremos ganhar estas eleições.” (Discurso feito em Fortaleza, por ocasião da quinta Caravana da Cidadania).

O discurso de Lula deixa evidentes duas questões. Em primeiro lugar, a tentativa de separação da campanha política em *stricto sensu* de objetivos mais amplos a que se propunha a Caravana, ou seja, atingir setores não organizados da sociedade. Trata-se de uma forma de discurso já evidenciada pelo PT em outras ocasiões, que se refere a tornar o momento político espaço de discussão de problemas sociais. A opção pelo interior do país representou o ideário de “conscientização”, em oposição a discursos marcados em outras propostas políticas. “Eu quero fazer as pessoas compreenderem diretamente o que a gente quer” - diz Lula em seu comício feito em Fortaleza por ocasião da quinta caravana da cidadania.

Os objetivos da Caravana, segundo Lúiza Erundina, ex-prefeita da cidade de São Paulo, eram anunciados de forma semelhante: “O objetivo da caravana é conhecer realidades, visitando todas as cidades ou quase todas, conversando com a população, com lideranças políticas e religiosas de todos os partidos e dialogando com o povo sobre seus problemas e sobre as possíveis saídas e soluções para esses problemas. É uma forma de conhecer a realidade, colocando o candidato em contato direto com ela e de incorporar esse conhecimento no programa de governo”. (depoimento dado por ocasião da quinta caravana da cidadania em Fortaleza).

Conhecer a realidade, torna-se assim o ponto básico da incursão pelo interior, que dá especificidade a essa forma de ritual singular na sua tentativa de distinguir-se das campanhas políticas convencionais. “Eles têm muito dinheiro para fazer propaganda, ao passo que nós temos é coragem, vontade e condições morais”. (Lula)

“Conhecer a realidade”, “esclarecer a população”, “ouvir as pessoas”, são expressões utilizadas freqüentemente entre os protagonistas desse evento, interessados em distinguir suas atividades das campanhas políticas usuais.

A rigor, as campanhas políticas são sempre mobilizadoras de encontros, deslocamentos e discursos que procuram trazer a idéia de renovação. Mãos são apertadas, palavras são promessas de realização e a “política” parece aproximar-se do “povo” que supostamente irá representar.

Restabelecer o crédito e a confiança é assim tarefa de toda e qualquer campanha interessada em construir espaços de legitimidade. Na situação brasileira, a descrença nas esferas representativas exige das campanhas a dupla tarefa de construir credibilidade nas instituições e no próprio candidato.

Nesse sentido genérico, a Caravana poderia ser pensada como campanha que extrapola objetivos circunscritos ao âmbito eleitoral, pela forma através da qual fez de seu trajeto uma expressão emblemática da denúncia e da exclusão social. A especificidade desse evento como ritual político está, portanto, no fato de produzir e difundir bens simbólicos marcados fundamentalmente pelos significantes da identificação, denúncia e carência de condições de vida.

A Caravana compõe-se de diferentes formas de comunicação, incluindo visitas, comícios, reuniões, caminhadas e conversas com a população. As falas são alusivas, em sua maioria, a condições de vida e trabalho. Nesse contexto aparecem problemas de falta de terra, alimento, escola e saúde. Participam de comícios, carreatas e reuniões a população residente na área - incluindo mulheres, crianças e trabalhadores de diferentes categorias, além de segmentos da pequena empresa e de cooperativas.

Em termos de expressão ritual, a caravana se apresenta a partir de diferentes aspectos. O momento próprio do “conhecimento da região”, realizado através de falas que são pronunciadas pelos destituídos da cidadania e o momento em que aparece a fala do candidato, através de comícios e reuniões com representantes políticos e segmentos organizados de moradores da região. O primeiro momento

demonstra a presença de um lugar de escuta diferente dos demais, atravessado por recursos de emocionalidade, que aparecem nos relatos de diferentes dramas pessoais, sendo a política colocada como pano de fundo. Percebe-se, então, que o trajeto é marcado por uma duplicidade de funções, um deslocamento de hierarquias sendo o candidato tanto parte do povo como seu representante. Caminhando lado a lado, escutando ou discursando, o candidato revela momentos expressivos desse deslocamento.

A perspectiva de encontro com o potencial dirigente do país, o relato de dramas pessoais e a denúncia das condições de vida e trabalho constroem um clima de emocionalidade, radicalizado pela proximidade de espaços cotidianamente distantes. É possível então dizer que a Caravana articula aspectos emocionais, lúdicos e religiosos. Estes últimos tendo configurações messiânicas, na medida em que expressam a utopia de um mundo melhor. A rigor, é possível dizer que aspectos que compõem o mundo da racionalidade política (opções eleitorais, delegação de poderes e representação) convivem com traços já sedimentados na cultura popular, que invocam crenças e tradições religiosas.

Destaca-se também um duplo papel desempenhado pelo candidato à presidência, Luís Inácio da Silva. O de político, que faz de sua viagem um espaço de reconhecimento e adesão a sua proposta e o de metalúrgico identificado com interesses populares, preocupado em aliar condição de origem e convergência de propósitos. “Voto em Lula porque ele pertence à classe que eu pertenci”, afirma um metalúrgico aposentado que no encontro com a caravana declara sua opção de voto.

UMA BIOGRAFIA DE FALTAS

A identificação entre candidato e eleitor não acontece por acaso. A biografia de Lula é publicizada a partir de destaques que atentam para sua origem popular. Durante a campanha esse enfoque é contraditoriamente realçado. Seja por apoiadores interessados em popularizar sua imagem ou por críticos, interessados na associação entre origem econômica e incompetência para o cargo de Presidente.

A noção de uma identidade publicizada no momento das eleições possui a marca da distinção ou princípio de um duelo, que atravessa opções políticas de diferentes profissionais do jornalismo, da mídia em geral e dos valores em torno dos quais o candidato monta sua plataforma.

Nesse contexto de publicização de características individuais, vale a pena discutir alguns aspectos constitutivos de marcas simbólicas, entre as quais, aquela alusiva à articulação entre representante e setores populares.

A revista *Veja* publicou na edição de 17 de agosto de 1994 o conjunto de biografias dos candidatos, ilustrado com fotos de infância e com o seguinte título: “Esta criança ainda vai ser presidente”. A reportagem era composta de relatos que tinham a especificidade de não estarem descritos separadamente, mas embaralhados

em partes superpostas, de modo a tornar as biografias contadas simultaneamente. A estratégia novelesca, em estilo às vezes romântico, lembrava a saga dos heróis saídos da vida comum, despertando no leitor a curiosidade pelo passado dos diferentes candidatos. Os relatos marcados por “heranças familiares”, educação, escolaridade, dificuldades de natureza econômica e psicológica e outras experiências, reforçam o pitoresco através da distância entre o vivido e a condição posterior de candidato.

Dentre as biografias contadas, a de Luís Inácio da Silva é caracterizada pela falta: “Quando o menino Luís Inácio nasceu, o pai já havia ido embora. Estamos agora na paupérrima Caetés, distrito a 6 léguas de Garanhuns, Pernambuco. Em frente do barraco havia um grande pé de mulungu. Luís Inácio da Silva nasceu no dia 27 de outubro de 1945. Quinze dias antes, o pai, Aristides, partira para São Paulo. Ficaram a mãe Eurídice, e seis filhos, sem contar aquele que agora lhe safa da barriga. Em uma casa onde se tomava café preto com farinha de mandioca, tudo misturado, de manhã, e, no resto do dia, sobrevivia-se com feijão e farinha. Arroz, só quando as crianças ficavam com dor de barriga ou com febre. Era remédio” (Veja, 17-8-94).

Dentro da mesma perspectiva de apresentação da “biografia do candidato”, a Folha de São Paulo de 1/5/94 diz o seguinte:

“Em matéria de (falta de) escolaridade nenhum candidato se equipara a Lula, homem de primeiras letras. Os erros de portugueses compõem o único ponto imutável de seu discurso. Lula costuma torturar a língua com expressões como “menas” e “cidadãos”. Compensa a deficiência com uma notável rapidez de raciocínio”

A perda do dedo mínimo da mão esquerda em um acidente de trabalho em 1963 constitui também um dos pontos explorados na “trajetória do candidato do PT”. “No imaginário que o candidato petista deseja despertar, o dedo ceifado remete aos sacrifícios da juventude. Aproxima-o da maioria do eleitorado pobre” (jornal “Folha de São Paulo” de 1/5/94).

No jogo de interesses e conflitos que acompanham a candidatura de Lula destacam-se tentativas de transformar atributos negativos em positivos. A origem de classe e o trabalho como supostos de honestidade e perseverança. Trata-se de uma característica presente em diversas campanhas que carregam o emblema de atributos e lugares sociais estigmatizados, a exemplo da campanha de Benedita da Silva para Prefeitura do Rio de Janeiro em 1992. A condição de “mulher, negra e favelada” aponta a possibilidade de recuperação positiva de símbolos que constituem o trabalho de apresentação da candidata. (Scotto, 1995)

É essa marca da falta que vai se constituir em significante primordial da Caravana da Cidadania. A ausência de privilégios, o sofrimento passado representam a possibilidade de identificação com os excluídos. Em situações passadas, como a primeira candidatura de Lula a deputado estadual, as características de sua

biografia assumidas durante a campanha televisiva, tais como ex-presos político e líder sindical foram mal recebidas por eleitores, sobretudo da classe média. O exemplo demonstra a presença de um dilema relativo à escolha de representante político pela via da identificação ou diferenciação.

As interrelações entre uma história de versões negativas, a reação aos preconceitos, ou a transformação das vicissitudes passadas em modos de identificação com os excluídos da sociedade atravessam os componentes básicos do discurso de campanha de Lula. Durante o percurso da caravana algumas situações são ilustrativas. Juiz de Fora, agosto de 1994:

“Sei que existe um preconceito contra mim. Mas a elite sabe que eu sou um vencedor. Uma criança nordestina que não morreu de fome até os cinco anos já venceu na vida. Um nordestino que desembarcou de um pau-de-arara em São Paulo, fugindo da seca, e não virou marginal é um vencedor. Eu aprendi uma profissão, criei um partido político e ajudei a fundar uma central sindical. A elite sabe que eu sou um vencedor” (Discurso de Lula em Juiz de Fora, cf. Medeiros, 1994: 81).

As referências ao preconceito veiculadas durante a campanha aparecem de forma freqüente nos discursos:

“Passar pela cabeça de uma pessoa que um torneiro mecânico tem competência para governar o Brasil não é um negócio fácil. As pessoas têm uma formação cultural de achar que o poder é coisa para gente muito requintada, que pobre tem mais é que trabalhar e fim de papo” (Depoimento dado ao jornalista Alexandre Medeiros em 8-11-94).

As citações demonstram a forte presença de um conflito simbólico em torno de lugares sociais, competências e origens sócio - econômicas que assume a dimensão de um conflito de classes. A questão de fundo, colocada de maneira implícita ou explícita é a seguinte: que condição tem um operário de governar um país?

Essa questão está expressa de forma emblemática na afirmativa feita pela empresária Ruth Escobar, divulgada amplamente na imprensa: *“Nessa eleição temos duas opções. Votar em Sartre ou escolher um encanador”* (cf. Medeiros, 1994:80).

Atribuições positivas e negativas dessa identidade aparecem sobretudo no momento em que as disputas eleitorais exacerbam temáticas referentes a formas variadas de credibilidade. As biografias passam então a ser fruto exemplar de um momento em que valores amplos da vida social encontram-se em jogo. A “história individual” é, nesse sentido, uma interação entre princípios gerais que regem a publicização das candidaturas e as propriedades que marcam as trajetórias individuais. (Collovald, 1988).

A Caravana da Cidadania torna-se nesse contexto um momento de realce de crenças, entre as quais emerge a simbologia de vínculos de proximidade entre Luís Inácio da Silva - "o candidato que mais conhece o país" - e os excluídos da cidadania. Os conflitos políticos, que acenam com a instituição ou destituição de um lugar de credibilidade, atravessam diferentes campos da vida social. Entre eles, o campo jornalístico, no interior do qual circulam diferentes versões sobre os eventos da Caravana.

VERSÕES EM CONFLITO - O JORNALISMO NA POLÍTICA

A Caravana da Cidadania foi composta por um conjunto de atores que exerciam funções diferenciadas, constituindo uma espécie de divisão do trabalho político. Dentre os participantes, havia aqueles eventuais, que habitavam nos locais incluídos no roteiro da viagem e pessoas de presença constante, que acompanhavam o candidato durante diferentes percursos. Eram intelectuais, jornalistas, políticos do Partido dos Trabalhadores e militantes engajados. Um trajeto a ser percorrido e uma versão a ser divulgada constituíam a junção entre a comunicação direta com a população local e a reprodução desse evento através dos meios de comunicação de massa, a exemplo da produção de vídeos, livros e jornais que tinham por objetivo difundir a experiência e capitalizá-la do ponto de vista político.

Os conflitos de opiniões entre jornalistas a respeito do ocorrido durante o percurso mostram bem a existência de um jogo de versões que polarizou relatos favoráveis e desfavoráveis. Jornalistas e intelectuais que faziam parte da caravana eram assim espécies de "intelectuais orgânicos" na função de assessores e difusores de opinião. O livro "Viagem ao coração do Brasil" é exemplo dessa divulgação, cujo objetivo era dar uma versão diferente daquela oferecida pelos grandes periódicos de circulação nacional. Os conflitos entre as versões do evento podem ser sentidos a partir de depoimentos de Ricardo Kotscho, assessor de imprensa de Lula:

"Ficou claro nessa viagem que a imprensa não está mais preparada para fazer reportagem, para entrar em contato com a realidade. De tanto ficar em gabinetes, de tanto fazer matérias por telefone, essa futricaiada do poder, desaprendeu a reportar a realidade." (Revista Teoria e Debate, 1993:13). O sugestivo título dessa reportagem, "A caravana passou e a imprensa latiu para o lado errado", deixa claro o confronto de idéias envolvendo grandes órgãos de imprensa como a revista "Isto É", o jornal "Folha de São Paulo", etc.

Via de regra, as versões da grande imprensa denunciavam a campanha através de reportagens, entre as quais "O marketing da miséria" (Revista Veja de 12 de

maio de 1994), além de outras, que acusavam a existência de manipulação política através de apelos à religiosidade popular. Os signos de uma campanha política estão aí fortemente presentes, expressando-se na discussão sobre quais seriam os objetivos da caravana: se a mera busca de votos ou a denúncia dos dilemas da cidadania. O conflito entre “falas autorizadas” remete de forma mais ampla ao jogo ocorrente no campo da política, cujos signos referem-se ao espaço de legitimidade, representação e reconhecimento.

Há, desse modo, uma luta pela gestão do sentido, que sendo comum na maioria das manifestações públicas de protesto (Champagne, 1990), radicaliza-se nas circunstâncias em que campanha, protesto e denúncia encontram-se mesclados. O evento Caravana contém em seu interior os símbolos convencionais de toda campanha, convivendo com as formas típicas de protesto consolidadas na esquerda, como passeatas, cortejos e reuniões. Há, portanto, do ponto de vista do significado primordial do evento, a junção de um ritual político previsível no interior de qualquer campanha com estratégias de organização e mobilizações populares consolidadas pela esquerda. Os mecanismos interativos aí constituídos são de distintas naturezas. Expressa-se assim uma sociabilidade política diversificada, típica da trajetória de um partido de esquerda com práticas de mobilização, denúncia e recente experiência de gestão. A presença na caravana de membros do Partido dos Trabalhadores que desempenharam cargos no Executivo, ao lado de sindicalistas e militantes que representavam “as bases”, demonstra as especificidades desse ritual que agrega protesto político e afirmação de possibilidades para o exercício do cargo de Presidente da República.

QUANDO O RELIGIOSO E O POLÍTICO SE ENCONTRAM

Religião e política parecem habitar espaços longínquos desde o advento da modernidade. No entanto, enquanto espaços de elaboração de crenças, incluindo visões cognitivas da ordem social, voltadas para o futuro, têm pontos em comum. Não por acaso, os rituais da política têm tradicionalmente evocado de modo direto ou indireto a presença do sagrado, a partir de símbolos que são deslocados e readaptados a cada situação peculiar.

A Caravana da Cidadania apresenta uma constelação de símbolos políticos e religiosos que se explicitam em bandeiras, cânticos, discursos, parábolas, rezas e presença de autoridades religiosas. A declaração de Lula feita durante um dos *percursos é sugestivo*:

“Não há uma portaria que estabelece significados. Por isso cada um pode ver da maneira que quiser. O vermelho pode ser o de Antônio Conselheiro, o sangue de trabalhadores rurais assassinados, o sangue de crianças que morrem antes de completar um ano

de idade e pode ser o sangue de Cristo. O branco do PT pode ser o branco da paz, a estrela pode ser o guia dos navegantes e pode ser a estrela de Belém". (Bucci, 1993:11)

Essa forma de deixar o significado em aberto representa, por excelência, a maneira de afirmação de um símbolo, nunca esgotado em um único significado. A alusão explícita a metáforas de caráter religioso revela essa tentativa de encontro de proposições políticas com valores que estão previamente sacralizados na cultura popular, remetendo ao fenômeno da representação e da identificação. Em outras palavras, a bandeira significa a possibilidade de projeção de valores e mensagens que unem o religioso e o político. De um lado, o reforço a atitudes religiosas enraizadas na cultura. De outro, a metamorfose de símbolos readaptados segundo os objetivos políticos da ocasião.

Essa articulação presente nos ritos da campanha, entre elementos que são da ordem do sagrado e da política pode ser sentida a partir de alguns exemplos:

"Num discurso de quatro minutos, Lula prometeu uma vida melhor, reforma agrária, recuperação do rio, saúde, emprego e educação. Levantou nos braços um bebê de 2 meses e depois pediu ao Frei Leonardo Boff que puxasse um Pai Nosso, todos de mãos dadas" - (Cf. Medeiros, 1994:28)

"Por coincidência, na quinta-feira passada, no momento em que Lula fazia uma entrada triunfal em Nova Canudos, uma chuva torrencial desabou sobre a cidade, que há três meses estava seca. Velhos, jovens e crianças foram para a praça celebrar Lula e a chuva. Cantaram e dançaram pela dádiva divina. Houve até uma eucarística distribuição de pães aos sem terra. A música - um samba reggae lembrando que Canudos não morreu - era profana. A cerimônia, porém, era religiosa. No reino mítico de Conselheiro, Padim Ciço, Lampião e Glauber Rocha, não existe acaso, só milagre" (Ventura, 1994:4) - jornalista que cobriu a primeira caravana durante o percurso pelo Nordeste.

"Em Óbidos, num clima de muita emoção e de muita receptividade, Lula ofereceu uma nova versão para a morte de Cristo: - Imaginem vocês se Jesus Cristo voltasse para a terra hoje; ...de que ele ia ser chamado? de comunista... então Lula explicou que Jesus seria chamado de comunista porque queria respeito pelos pobres, a igualdade e o pão para todos" (Lobo, 1994:73) - jornalista que cobriu a caravana no percurso Amazonas- Pará.

"... Importa enfatizar: não cabe misturar política e religião. Mas todas as escrituras cristãs ensinam que a religião para cumprir sua missão divina tem de ser verdadeira. E é verdadeira não nas suas prédicas, mas nas suas práticas, quando vem unida à justiça, à defesa do Direito, ao amor ao pobre e oprimido, amor que liberta em todos os sentidos".

A religião, pois, possui uma dimensão política que urge hoje ressaltar. Com Lula no poder, a religião terá mais chance de mostrar sua verdadeira prática, de ajudar a libertar, de criar senso de transparência contra toda corrupção, de empenhar-se na libertação integral de todos como o fez Jesus”. (Boff, 1994:167) - discurso feito em Bom Despacho - Bahia, por ocasião da sétima Caravana).

Os apelos à religiosidade como reforço de transformações políticas constituem fato recorrente em diferentes situações. Nesse sentido, Rivière (1981) destaca a combinação freqüente de símbolos revolucionários com ritos religiosos tradicionais, sincretismo que retoma e readapta elementos de diferentes tempos e contextos.

A busca de integrar dimensões imediatamente políticas, a outras de cunho mais geral é um fenômeno interessante a ser explorado. Aqui vale a pena retomar as discussões de Willaine (1981), a respeito da existência de uma referência extra-social, isto é, transcendência que é parte instauradora da própria ordem social. Nesse ponto de ausência, que serve de ordenamento e reforço à sociedade surge o fenômeno religioso como afirmação de exterioridade. Conclui o autor: ou o poder político se apropria de uma referência extra-social, utilizando-a como garantia de sua ordem (totalitarismo) ou aceita que há no espaço social uma dimensão independente do poder.

A perspectiva da existência de dimensões culturais, particularmente as de cunho religioso, ultrapassando o fenômeno político, explica a presença de artistas em campanhas, as missas em posses de cargos como fenômenos que não podem ser simplesmente vistos como formas manipuladoras de afirmação de grupos. A versão de uma política em sentido amplo funda-se na aceitação de que algo mais move os sentimentos, além da racionalidade das escolhas. Há nesse sentido, na história mais recente dos partidos de esquerda, uma mudança na noção antiga de conscientização, que significava levar a palavra autorizada dos manuais.

Na história da Igreja Católica, por exemplo, mais recentemente o chamado segmento progressista, incorporou a dimensão política em alguns de seus rituais, levando-os a aparecerem com outra conotação. As Romarias da Terra (Barreira, 1992) expressam este fenômeno - As distâncias seculares entre religião e esquerda que se explicitavam na polaridade entre cristãos e comunistas têm sido assim redimensionadas. A presença de lideranças religiosas, tais como frei Betto e Leonardo Boff na Caravana, é reveladora desse contato mais fortemente estabelecido entre Igreja progressista e Partido dos Trabalhadores.

As analogias entre religião e política ou o reinvestimento na política de atitudes religiosas são expressões de continuidades entre ritos sagrados e profanos, que Rivière (1988) nomeia de liturgias políticas. Exemplos de marchas, ritos de passagem e outras ações simbólicas demonstram que as rupturas com as formas tradicionais religiosas são acompanhadas de engajamentos profanos. Na situação aqui discutida, as comunicações entre o político e o religioso ocorrem a partir de algumas pré-condições.

Em primeiro lugar, a presença de um candidato ao cargo máximo de dirigente da nação em zonas longínquas, reveste a comunicação aí estabelecida de um sentido mágico. Contar problemas, vislumbrar esperanças assumem um tom confessional que reforça valores já consolidados na cultura popular. Constrói-se um elo transferencial a partir da figura do líder que reabilita o sentido das crenças, compondo dimensões que evocam o mito do salvador, no sentido abordado por Girardet (1987). Segundo ele, os mitos políticos de nossas sociedades contemporâneas não se diferenciam muito dos grandes mitos sagrados das sociedades tradicionais. Da mesma maneira que o mito religioso, o mito político tem uma característica polimorfa. A denúncia dos complôs maléficos, o apelo ao salvador, ao chefe redentor são dimensões que na história política estão presentes de diversas maneiras.

Desse modo, a política, ao tratar da questão da representação evoca em seu fazer cotidiano identificações de diversas ordens que se explicitam na formulação de ideais e valores, os quais aparecem como mitos, mitologias e símbolos de legitimação.

Os espaços de difusão de crenças políticas envolvem discursos, metáforas e signos que apontam uma dinâmica cultural, variável conforme os trajetos percorridos. As circunstâncias nas quais acontece essa política itinerante propiciam a emergência de valores que freqüentemente erguem-se no momento de afirmação de crenças e consolidação de alianças entre setores organizados em entidades associativas e representantes legais. Essa interação assume a forma de uma espécie de captação de energias vindas de condições de aviltamento pelo trabalho e fatalismo, que pretende transferir-se para a esperança na política.

A suposição da existência de um reservatório de crenças populares aposta na possibilidade de transferi-las de um lugar a outro, convertê-las. Trata-se de um sentido construído durante séculos, de vez que “Campanhas e Cruzadas consistiam em “colocar” a energia do crer num lugar e em objetos bons (de crer). (Certeau, 1994:279).

Na realidade, a Caravana expressa um trânsito de crenças que objetiva transferência da esfera religiosa para o âmbito da política e também a dissolução de associações negativas entre esquerda, heresia e comunismo, além da tentativa de articulação entre política e vida cotidiana. Busca assim aproximar-se da cena da vida social, entendida por Geertz (1989) como sendo o movimento de ida e volta entre a perspectiva religiosa e a do senso comum.

REDESCOBERTA DO BRASIL

“Cada caravana significa uma viagem às entranhas do Brasil. Todos conhecem a cabeça do país, isto é, a capital federal e dos estados. Quase todos sabem do coração do Brasil, o pulsar de sua gente, seu processo produtivo. Mas poucos conhecem as entranhas do Brasil, quer dizer, aquelas realidades duras e dramáticas que

compõem as imensas periferias das cidades e os longes dos nossos interiores seja do cerrado, seja da caatinga ou da floresta amazônica. Lula decidiu, antes mesmo de ser candidato à Presidência da República da Frente Popular Brasil pela Cidadania, conhecer o Brasil por dentro, tocar-lhe a pele, experimentar-lhe as entranhas”. (Leonardo Boff, 1994)

Essa afirmação, carregada de fortes significados, fornece vários elementos a serem analisados, tendo como pano de fundo a idéia de redescoberta do país em sua face mais dramática. À maneira de uma expedição que penetra lugares pouco conhecidos, a caravana faz de seu percurso geográfico uma cartografia política, espécie de itinerário difusor de símbolos de conhecimento e reconhecimento. Trata-se de uma cartografia permeada por espaços de vivências: faces de um Brasil pouco conhecido e marcado por símbolos de ausência. Mais que lugares físicos, zonas de acesso que caracterizam a localização usual dos mapas, o itinerário é feito por pessoas com trajetórias variadas de sofrimento e exclusão.

Algumas passagens desse cortejo, que foram divulgadas em folhetos do PT, são interessantes para apresentar a constituição de zonas de reconhecimento que se efetivam a partir de diferentes encontros:

(Valente - Bahia) Ato público com os trabalhadores que operam máquinas obsoletas para desfiar o sisal e por isso têm os braços mutilados em acidentes de trabalho.

(Guaratinguetá - S. Paulo) - A Caravana visitou o lixão municipal, onde aproximadamente cem famílias vivem de resto de comida.

(Xapuri - Amazonas) - A Caravana fez o trajeto de uma “varação” (caminho, de seringueiro na mata) e recebeu denúncias de violência.

(Rondônia - Acre) - A Caravana visitou o centro de medicina tropical e o bairro Tancredo Neves, onde 90% dos presentes já haviam contraído malária.

(Mato Grosso) - denúncias de que há mão de obra indígena em regime de semi-escravidão na usina e em outros municípios do Estado.

O conhecimento de várias situações a partir de um percurso construído através de visitas dessa natureza evoca uma espécie de redescoberta do Brasil, quase sempre anunciada quando emergem situações definidoras de proposições políticas ou intelectuais.

A temática da redescoberta do Brasil aflora em diferentes contextos a partir de objetivos variados. Em um outro período e contexto históricos, a noção de redescoberta associa-se à tentativa de definir o que seria a identidade brasileira. A expedição científica de 1859 ao Ceará com objetivos de explorar províncias menos conhecidas através de pesquisas, conforme relata Porto Alegre (1989), expressou o desejo de auto-descoberta e descoberta do “outro” - a população local com seus costumes e tradições. Nesse sentido, o desejo de “descoberta” firma-se nas con-

cepções que envolvem a própria noção de cultura, enriquecida por relatos de cronistas do século XVI ao XVIII e expedições vigentes no século XIX.

A perspectiva da existência de uma realidade múltipla e diferenciada produz o seguinte questionamento: Como, em meio a um heterogêneo constituído por várias etnias, poderia surgir um fio condutor capaz de agregar um espírito nacional? (Queiroz, 1989).

Posteriormente, a afirmação da mistura figurada na personagem de Macunaíma, reverte os termos de uma negatividade baseada na diferença. Macunaíma é o personagem emblemático dessa especificidade não mais definida por um caráter único, mas múltiplo em sua riqueza e variedade de expressão. Tem-se nessa discussão, efetivada em um período histórico da sociedade brasileira, a noção de uma redescoberta do país em sua maneira peculiar de expressar-se, incorporar e redefinir traços herdados de outras culturas. A redescoberta pela via da teoria, da reinvenção de religiões como é o caso da umbanda (Queiroz, 1989), é sempre possível de ser colocada em pauta quando se trata de indagar que país é esse ou quem somos nós.

Também Meyer (1993) fala das várias redescobertas do Brasil, aquelas que se efetivam através de relatos, seja enfatizando a natureza, as riquezas, seja buscando elementos da cultura, a exemplo da influência da explosão modernista na Europa. A procura do Brasil, que é enfatizada nos anos 30 e 40, não cessa de repetir, criando a redundância da descoberta, o eterno retorno. Trata-se de uma condição que atravessa vários campos da vida social. Os grandes repórteres, pesquisadores e estudantes são exploradores de zonas não conhecidas, destacando a presença dos dominados, quase sempre distantes das zonas de acesso.

Essa redescoberta recente do interior brasileiro através da política evidencia a capacidade de um país ser narrado de diferentes maneiras, através de registros de vozes ou imagens que são textos de uma realidade múltipla. Trata-se de uma multiplicidade que não apresenta a descoberta de um “outro” desconhecido, mas “autêntico” ou “vital”, embora menos conhecido.

A linguagem que desvela os espaços ausentes de cidadania é denunciadora. Distante das narrativas de deslumbramento efetivadas por ocasião das expedições colonizadoras, a narração dos trajetos, sob a ótica da caravana da cidadania refere-se ao Brasil “que não deu certo”, a face mais obscura de uma realidade pintada com as cores do abandono.

Os relatos da Caravana acrescentam novos significados à noção de descoberta, apresentando uma espécie de radiografia do país, feita de diferentes espaços de exclusão, remetendo à saga de um desbravamento que se justifica pelo empenho de dar visibilidade à denúncia. O país onde a “política não chega lá” e, quando o faz, reproduz as antigas formas de exploração e exclusão social. A idéia de dar visibilidade a formas aviltantes de vida e trabalho concorre para identificar diferentes perfis de um mesmo Brasil - Um país de desassistidos, pobres e excluídos. No âmbito da política, especificamente em circunstâncias eleitorais, a discussão do que seria a identidade brasileira ressurgiu a partir de vários parâmetros. A perspectiva de

representatividade, que aí se coloca, refere-se a saber quem, dos que se dispõem a governar o país, fala com maior dignidade sobre as idéias e interesses daqueles que configuram a parte mais significativa do país. “O encontro com o povo” ou com os desígnios nacionais do país remete assim à capacidade de reunir conhecimento e capacidade de gestão. Conhecer, percorrer, descobrir representam, nas circunstâncias analisadas, a simbologia política de um recorte que procura a articulação entre espaços geográficos e políticos. Mais ainda que conhecer, identificar-se é fazer de sua própria imagem um símbolo expressivo da realidade a ser representada. Como diz o publicitário Tarso Santos que participou da campanha do PT: “A idéia é mostrar que Lula é a cara do Brasil”. (Folha de São Paulo, 30/5/94).

Tudo se passa como se a “descoberta” do país fosse a expressão nítida de uma luta simbólica para se desvendar o seu verdadeiro traçado. Nessa configuração, jornalistas, políticos, intelectuais são atores por excelência, que utilizam a palavra autorizada, de forma a compor um outro tecido paisagístico regional, que não se localiza apenas espacialmente, mas recobre os lados considerados ocultos no acesso à condição de cidadania.

As fotos da caravana divulgadas por seus organizadores são frutos dessa narrativa: registros do olhar. Elas são assim, espécies de antítese de um país moderno.

IMAGENS DA EXCLUSÃO - AS FOTOS DA CARAVANA

Impressionam nas fotos da Caravana divulgadas em livros, jornais e panfletos exposições que priorizam imagens populares. Seja no sofrimento estampado no rosto, no ar de fadiga pelo trabalho ou olhar perdido de desolação, as fotos pretendem ser a complementação dos relatos. A prova eficaz de que a pobreza e o desalento têm múltiplas faces.

As imagens individuais distinguem-se das imagens coletivas. Enquanto as primeiras trazem a alusão subjetiva do sofrimento interior, as fotos coletivas representam o aceno à esperança. O líder político em primeiro plano discursa para a multidão de ouvintes, situação através da qual recompõe o sentido da hierarquia. Outras posições mostram aproximações do candidato com a população, sugerindo uma relação clara de semelhanças físicas e identidades de sentimentos. Como se o líder político tivesse a mesma face de seus representados, condição necessária ao plano do reconhecimento e solidificação de crenças.

As fotos do candidato em primeiro plano, tendo a multidão ao fundo, revelam uma situação de proteção grandiosa, envolvendo líder e seguidores. O estilo popular presente no chapéu e na camisa fornecem a imagem do político dignificado pelo povo. *Longe de um olhar altivo, que representa distanciamento, as expressões variam entre a bondade e a revolta, elementos que se circunscrevem aos temas da identificação e da denúncia.* “Um político diferente dos outros” pela suposta igualdade com seus representados.

As imagens apresentadas são geralmente da zona rural, revelando o chão batido, as casas de taipa, as famílias numerosas, a velhice precoce do trabalho ao sol.

As imagens fotográficas são, na realidade, expressões do “popular” firmadas no itinerário das regiões percorridas. Muito embora sejam explicitações de imagens de campanha, passam a idéia de registros casuais com objetivos de divulgar “achados” de uma trajetória. Como se as cenas a serem escolhidas fossem diagnósticos de uma realidade distanciada da política e dos políticos. Não são somente fotos do que seria uma campanha política. Antes são expressões visuais que apelam para significados importantes preconizados por jornalistas que acompanharam o projeto: a cara do povo brasileiro.

As fotos são, portanto, modos de complementação de relatos, imagens significativas que colocam o visual em posição de melhor demonstrar a cartografia da viagem: “A melhor maneira de contar a passagem por Novo Barreiro seria mostrando a cara dessas pessoas. Um deles, José Lemos Alves, ficou toda a manhã esperando a chegada de Lula para soltar os foguetes na hora certa. É um homem velho, meio curvo pelo peso da idade, mas com um olhar vivo e alegre”. (Gabeira, 1994: 96).

Em síntese, importa mencionar que o modo de apresentação da realidade a ser difundida evoca o “Brasil que não deu certo”. Trata-se, portanto, de demonstrar emblemas de carências sociais que se explicitam em denúncias referentes a pobreza, doenças e condições aviltantes de trabalho.

A REPRODUÇÃO DO EVENTO NO VÍDEO

Imagens a serem resgatadas através de um vídeo, que seria usado em propaganda televisiva, constituíam um dos produtos que seriam capitalizados durante a campanha. Não sendo permitida a divulgação de imagens externas no horário televisivo, conforme as normas eleitorais, restaram registros de divulgação restrita. Os vídeos “Viagem ao Coração do Brasil” e “Caravana da Cidadania”, ambos produzidos pela TV dos Trabalhadores, representam a síntese do trajeto percorrido, montada tecnicamente de modo a servir aos interesses da campanha.

O vídeo é composto de cenas de viagem e cenas de encontro com pessoas de diferentes localidades do Brasil. Meios de Transportes, principalmente ônibus e barco, aparecem seguidos por caminhadas, dando o sentido de itinerário.

Imagens de pessoas residentes nas regiões visitadas são expressões de sofrimento, marcado por afazeres agrícolas, fabril ou artesanal. Lula conversa com pessoas ou as cumprimenta através de apertos de mão. Frequentemente utiliza roupas simples com chapéu dos trabalhadores residentes na região. No percurso, o candidato vai tomando a mesma fisionomia de seus potenciais representados. Ornado de penas de índio na cabeça ou de um chapéu usado pelas castanheiras, a expressão de identificação assume sua nitidez emblemática. São dimensões que

apontam simultaneamente proximidade e distanciamento, na medida em que destacam o uso de artefatos populares cotidianos por parte de uma figura que personifica o espaço máximo de representatividade.

As imagens do candidato repartem-se em momentos de intimidade com a população ou situações de comício, nas quais a hierarquia de papéis aparece mais evidente. O narrador do vídeo também transita pelos papéis, assumindo a função de educador, político ou diluindo-se no contato estabelecido com a multidão. Nesse sentido, o vídeo é construído a partir de uma seqüência com efeitos didáticos, onde se mesclam a voz do narrador, a voz dos habitantes da localidade e imagens. Na condição de narrador, o candidato é “afastado” temporariamente de suas funções para assumir o papel de repórter, identificador “imparcial” de problemas que afetam as regiões visitadas. Em outro contexto, a imagem de um candidato falando de suas proposições políticas reproduz as versões televisivas convencionais de campanha, com enquadramento centralizado sobre fundo azul. A passagem de uma estrutura imagética-narrativa à outra reforça o papel de candidato, fortalecido pela experiência do conhecimento.

O conhecimento da região, freqüentemente mencionado como sendo característica singular de um candidato, fica assim reforçado por meio dessa dupla voz que distancia e aproxima, atesta problemas e aponta soluções. A experiência de ter “visto” os problemas de perto coloca o expectador no lugar de testemunha, aquele que concorda com a idéia de que o conhecimento empírico é superior a outras formas de saber mais prestigiosas.

As diferentes cenas mostradas “falam” de um Brasil a ser conhecido. E conhecer, significa colocar o pé na estrada, viabilizar a experiência colocada como sendo superior àquela aprendida na academia. “Como governar um país que não se conhece?” constitui uma colocação que busca capitalizar o sentido geral da Caravana. Desse modo, o vídeo como veículo de campanha política é portador de referências implícitas a outros candidatos: “os distantes dos problemas do povo, que não conhecem o país que pretendem governar”.

A perspectiva de construir uma diretividade capaz de condicionar a escolha do futuro presidente aproxima a estrutura narrativa da publicidade. A linguagem enxuga-se para não deixar dúvidas quanto à escolha na hora de votar. O vídeo é didático, político, acena com desolação e alento.

A cena demorada de uma trabalhadora rural chorando em close afirma a prioridade de um ângulo cujo rosto vira código, visus que na acepção de Canevacci (1990) recupera a antiga máscara, o furo na tela que conduz à emoção. Como se tudo parasse, até a lentidão da câmara colocada como testemunha quieta de uma cena explícita, sem a aparente intermediação da técnica do registro.

Uma mulher chora e tem fome. Seu choro é testemunha da fragilidade, da sensibilidade provocada pelo microfone, lugar de divulgação da voz no espaço reprodutivo. Sua estética tornou-se emblemática, sendo o rosto a imagem sofrida do povo brasileiro.

As imagens são, portanto, registros simbólicos, sendo a reprodução do evento a montagem seqüencial de um roteiro que dá o sentido de uma realidade testemunhada. Os conteúdos discursivos e ligados à imagem encontram-se divididos entre sofrimento - a ótica do presente - e esperança - aposta no futuro. A última cena do vídeo mostra o candidato olhando uma criança.

O SIMBOLISMO NA POLÍTICA

A começar pela denominação do evento, a “Caravana da Cidadania” lembra a saga de bandos itinerantes imbuídos de uma missão política. Em um outro momento histórico, há 70 anos atrás, a Coluna Prestes conduzia seu projeto político de rebeldia contra o domínio oligárquico caminhando por regiões longínquas, alimentando esperanças de mudança política. (Domingos, 1995).

O evento recente tem, no entanto, as marcas do jogo político democrático, explicitado nessa campanha, que afirma uma oposição no interior das regras vigentes.

Anterior à situação analisada, o sentido semântico das palavras nomeadas pode dar pistas para compreensão de conteúdos não diretamente explícitos. No dicionário de Aurélio Buarque de Holanda encontra-se a seguinte definição: “caravana- multidão de peregrinos, mercadores que se juntam para atravessar o deserto; reunião de pessoas que viajam ou passeiam juntas”.

O termo cidadania, transformado em conceito no âmbito das ciências sociais, possui diferentes acepções que convergem para o necessário reconhecimento de direitos do cidadão em diferentes espaços sociais. Nas formulações políticas que atravessam a prática de movimentos sociais e partidos de esquerda, a noção de cidadania reporta-se normalmente à sua ausência. A palavra cidadania adquire o estatuto de denúncia sobre o limite de seu exercício, dando sentido a um conjunto amplo de reivindicações.

A Caravana da Cidadania tem, nessa configuração, o sentido de tornar visível a ausência de condições de vida e trabalho que seriam prerrogativa necessária a todo cidadão brasileiro. Os bens simbólicos a serem trocados nesse momento eleitoral são postos como sendo da ordem das crenças, a aposta em reconhecimento de direitos que se materializa no voto. Este, é assim expressão de um passaporte à condição de cidadão, suposto ético que se contrapõe à noção de voto comprado ou trocado por promessas. O cenário político torna-se, assim, expressão de um duplo simbolismo que se efetiva em trocas implícitas.

Antes de discutir as conexões entre simbolismo e política, torna-se necessário analisar o simbolismo como forma de pensar e representar o mundo. Na perspectiva de Gilbert Durand (1988), a imaginação simbólica existe na medida em que existe o ausente, não imediatamente traduzível a partir de referências concretas. A representação simbólica não seria assim, apresentação pura e simples do que ela significa,

tendo por esse motivo um sentido para sempre abstrato. É através do poder de repetir que o símbolo ultrapassa sua inadequação, a exemplo dos rituais e das relações lingüísticas presentes no mito.

A partir dessa concepção de transcendência, Durand critica a tentativa de reduzir o simbólico a uma diretividade explicativa, tal qual aconteceu na psicanálise, ou na tentativa estruturalista de busca de leis gerais de funcionamento da sociedade. Uma hermenêutica não redutora levaria à incorporação de uma dimensão poética capaz de diluir o conflito entre razão e imagem.

Essa abertura dinâmica para a reflexão inspira-nos pensar sobre o caráter provisório da busca de sentido na explicação do domínio simbólico. Trata-se, no entanto, de uma provisoriedade que não significa apologia do indizível, mas a compreensão de que a cultura demanda dimensões complexas do conhecimento, que não devem esquecer a existência das razões inconscientes que são constitutivas do espaço simbólico.

A presença de conflitos simbólicos e rituais na realidade contemporânea nem sempre é dignificada nas análises sobre a política. Pressupõe-se talvez, que a democracia moderna e os meios de comunicação de massa tenham retirado do cenário expressões que são do domínio das crenças ou adesões tradicionais. É importante, no entanto, salientar o quanto disputas políticas recentes afirmam-se, assumindo características que passam pela divulgação de símbolos nacionais, a exemplo da bandeira brasileira reapropriada por Collor, contra a bandeira vermelha do PT (Albuquerque, 1993). Carvalho (1993) mostra que desde a era Republicana existiam conflitos entre facções liberais e positivistas em torno da definição de cores e dizeres da bandeira nacional.

Colocar essa discussão no domínio da política implica reconhecer que ela é um dos lugares privilegiados de investimento do imaginário. É também espaço de elaboração de estratégias que combinam múltiplas esferas de ação social. É nesse sentido que Bourdieu (1989), ao discutir o poder simbólico, considera que ele se efetiva a partir de um corpo especializado de produtores, encarregados de produzir discursos e ritos, conforme a especificidade de cada campo da vida social.

Uma questão interessante a se indagar é saber que tipo de simbolismo comparece na construção do político. A produção e recepção de bens simbólicos tem no fenômeno político, especificamente eleitoral, um momento extremamente fecundo. Kertzer (1989) chama atenção para a importância da dimensão simbólica na vida política contemporânea, nem sempre valorizada por pesquisadores, tendo em vista a percepção de que ritos são expressões típicas das sociedades tradicionais. Na perspectiva do autor, os rituais são catalizadores de emoções, atuando como suportes de legitimidade através da capacidade de acionar mobilizações e espaços variados de participação política.

O modo como a política se apresenta em rituais, imagens e ideologias constitui um rico caminho de análise que a torna inseparável dos contextos culturais e sócio-econômicos. Hoje, mais do que nunca, a imagem passa a fazer parte da vida cotidiana, integrando com grande vigor o espaço da política. A arte e a técnica de

fazer política contrapõem-se a um ideal de espontaneidade, à medida em que a busca de legitimidade supõe o dom de vencer e convencer. O momento eleitoral aparece então como uma espécie de jogo com regras, estatutos que se apóiam em dimensões culturais existentes na vida cotidiana. É, portanto, espaço por excelência de afirmação, apropriação e disputa de símbolos. Não por acaso, as considerações de Luís Inácio Lula da Silva sobre as interpretações possíveis da bandeira do PT supõem, de um lado, a inversão de opiniões negativas e, de outro, a possibilidade de transformar cores e símbolos em expressões genuínas da cultura popular.

Como caracterizar essa forma de fazer política que se efetiva de forma itinerante, evocando aspectos de peregrinação e difundindo palavras de ordem nos confins do Brasil?

O entendimento dessa forma de “levar a política” para lugares longínquos do país supõe a reviravolta de uma forma tradicional de troca de favores que caracteriza o “tempo da política” (Palmeira 1989). A perspectiva de conscientização baseia-se na tentativa de inversão desses valores, que no limite considera a campanha como meio de promover engajamento e não finalidade exclusiva. Não por acaso, a Caravana em seus momentos iniciais tenta desvincular-se de conteúdos eleitorais explícitos.

É na mistura entre dimensões ideológicas relativas ao voto necessário no PT e dimensões que tocam a população como referência à condição de vida e denúncia que a Caravana segue seu caminho, ofertando produtos simbólicos que são da ordem da identificação e reconhecimento. O líder conhece seu povo e procura mostrar esse fato usando uma linguagem exemplar a partir de histórias contadas, a partir de conteúdos culturais que se articulam aos novos argumentos da política.

Se pensamos sobre o momento eleitoral, é possível analisarmos discursos, slogans e propagandas como expressões simbólicas relacionadas a tentativas de persuasão e conquista de diferentes segmentos sociais. As situações de propaganda eleitoral suscitam discursos sempre feitos contra algo ou alguém, normalmente contra o passado e em nome do novo. Próximo à publicidade, o discurso político de campanha constrói-se pela exacerbação da falta e conseqüente promessa de completude. Trata-se de uma forma de discurso bastante peculiar à situação brasileira, onde as desigualdades sociais parecem assumir sua visibilidade máxima durante o processo eleitoral. Lefort (1983) nos fala dos diferentes momentos eleitorais como expressão simbólica de um lugar vazio, passível de ser ocupado segundo diferentes mecanismos de escolha. É essa promessa de completude que faz dos diferentes discursos uma referência de futuro idealizado. A visão do novo como instante de ruptura.

A constituição de uma simbologia política tem também suportes referentes em diferentes momentos históricos. Em situações revolucionárias constata-se a emergência de heróis ou figuras que corporificam acenos de transformação social. A constituição de inimigos, a evocação do povo, a desqualificação de opositores perpassam diferentes momentos constitutivos das estratégias de poder. Desde a

Revolução Francesa, o povo passa a ser alvo de legitimação e publicidade, nomeado em jornais populares e propagação de idéias de conversão política ou religiosa (Burke, 1994).

Muito embora os rituais políticos assinalem tentativas de afirmação de uma ordem consensual, como diz Rivière (1988), são também estratégias grupais ou defesa de novos valores em contraposição aos já existentes. Situações de campanha são, assim, exacerbação de conflitos simbólicos que aproximam política e publicidade.

Essa aproximação entre política e publicidade coloca, no entanto, algumas questões importantes à reflexão, na medida em que a política acena como dimensão de universalidade exercida em nome do “povo” ou da “nação”. Aparecem aí alguns aspectos paradoxais. De um lado, a disputa no espaço de jogo marcado por conflitos; de outro, a idéia de que as regras de respeitabilidade convocam mecanismos éticos de enunciação dos conflitos. É nessa direção, que as formulações de Hanna Arendt (1993) sobre a percepção da política como o oposto da guerra evocam a idéia da convivência de contrários que não resulta na eliminação do outro, pois a luta simbólica mediada fundamentalmente por discursos assume um papel fundamental.

RITOS POLÍTICOS NO CENÁRIO BRASILEIRO

A Caravana da Cidadania, conforme foi concebida neste trabalho apresenta um tipo de ritual com características de sincretismo. Enquanto informação ideológica e afirmação de força, expressa uma cultura política de esquerda que transita por esferas de uma proposta de mudança, incluindo supostos normativos e éticos. Simultaneamente cultua um valor ético universal de democracia que explicita a lei de devolução de poder à maioria.

A idéia de redescoberta do Brasil pelo ângulo da cidadania supõe a tentativa de recompor a inteligibilidade de um país atravessado por disparidades regionais e conseqüente problemáticas específicas.

A organização de um saber político que nesse momento é divulgado relaciona passado e presente, propondo um novo esquema para o futuro.

Na realidade, o sentido da caminhada, a peregrinação em discursos significa uma reedição de práticas oriundas de espaços culturais e tempos diversificados. Há, portanto, uma mistura de símbolos específicos do período de redemocratização da sociedade brasileira, tais como cidadania, direitos e participação popular, aliados a valores míticos sacralizados na esquerda como terra e trabalho. Outros símbolos são também resignificados como a bandeira do PT ou aqueles que se referem à religiosidade popular.

A vigência desse sincretismo não oculta a especificidade de uma linguagem de oposição que se afirma especificamente em período mais recente. Entre os vários elementos dessa linguagem, o uso do espaço é uma metáfora freqüentemente utili-

zada por movimentos sociais ou outras formas de denúncia do distanciamento entre poder e participação popular. Caminhadas, romarias, marchas constituem formas de publicizar reivindicações.

A Caravana da Cidadania mostra, assim, a perspectiva do ritual como linguagem (Da Matta, 1990). Aponta a presença de personagens políticas emblemáticas, o resgate e resignificação de símbolos convencionais, o sentido mágico do contato. Em várias circunstâncias apresenta-se como ritual de inversão. A visita a locais desprestigiados, a visibilidade emprestada a situações de fome, mutilação por acidente, obras públicas não concluídas constituem cenas dessa dramatização de amplos significados. Poderíamos pensar na situação brasileira pós ditadura o desenvolvimento de um simbolismo que tem as seguintes características: a negação do passado, a apologia do novo e recuperação da categoria povo como instância de legitimidade. Destaca-se também a aproximação da política com rituais próprios de outros espaços da vida social, tais como festas, música, etc. Nesse momento a política parece tornar-se mais leve, apresentando imagens da vida cotidiana que são típicas de outros contextos. Quem não se lembra dos programas iniciais de televisão em momentos de propaganda eleitoral, onde apareciam jovens, paisagens, crianças etc. Era o momento onde se cristalizavam denúncias e se fazia apologia da transparência. Havia também uma repartição nítida entre esquerda e direita.

Mais recentemente percebe-se a construção de um ideal de competência, moldado a partir da constatação de que não basta só denunciar, mas conhecer o Brasil, recuperar a economia e propor normas concretas de ação. Não por acaso, o jornal A Folha de São Paulo de 14/5/95 noticia o percurso da primeira dama Ruth Cardoso no Estado do Acre, cumprindo "o mesmo roteiro feito pelo então presidente Luís Inácio Lula da Silva em 1993".

As candidaturas ao cargo de Presidente podem ser vistas como oscilações entre esses modelos. E como se apresenta a construção de um lugar de presidente? Quais os atributos ofertados nessa luta simbólica e política que remetem à construção de um lugar de reconhecimento e legitimidade?

Na realidade, a Caravana do ponto de vista da expressão cultural representa um sincretismo de práticas que misturam campanha, ritos de denúncia e formas de incitamento à organização popular, atualizando a antiga iconografia de esquerda que se encaminha para onde o "povo está". Representa também um espetáculo itinerante, que busca se opor à eleição através dos meios de comunicação de massa, tentando posicionar-se contra a reproduzibilidade de imagens. Contra a impessoalidade das imagens propagandistas emerge a proximidade dos contatos, a afirmação de categorias profissionais, moradores contra o rosto anônimo das opções eleitorais. Produzir eventos singulares significa recuperar a "aura" das manifestações públicas presentes nos diferentes espaços de contracultura que caracteriza as práticas de organizações de esquerda.

Em síntese, a Caravana da Cidadania apresenta um momento especial de conflito simbólico, no qual as lutas de interesses não atravessam somente campos ideo-

lógicos, mas representações referentes a lugares sociais com suas regras de inclusão e exclusão. As candidaturas à Presidência da República personificam embates entre o Brasil “moderno” e o “arcaico”, “verdadeiro” e “inventado”. Estas são dicotomias que marcam tendências seculares vigentes na sociedade brasileira, acrescidas de novos conflitos em torno do sentido da participação política e da cidadania.

BIBLIOGRAFIA

- ALBUQUERQUE, Afonso de. “*Querem roubar as cores da Bandeira do Brasil!: Collor e o uso político dos símbolos nacionais no horário gratuito da propaganda eleitoral*”. Encontro Anual da ANPOCS, 17. Caxambu, 1993.
- ARENDETT, Hanna. *A dignidade da política*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1993.
- BARREIRA, CÉSAR. *Trilhas e atalhos do poder*. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1992.
- BETTO, Frei. “Nordeste adentro”. In: *Viagem ao coração do Brasil* (vários orgs). São Paulo: Página Aberta, 1994.
- BOFF, Leonardo. “Encontro com o Brasil profundo”. In: *Viagem ao coração do Brasil*. op. cit.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.
- _____. *Raisons pratiques: sur la théorie de l’action*. Paris: Seuil, 1993.
- BUCCI, Eugênio. *A imprensa latiu para o lado errado*. REVISTA Teoria e Debate, São Paulo: Rose Spina, (21), 1993.
- BURKE, Peter. *A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.
- CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da comunicação visual*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- CARVALHO. *A formação das almas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CHAMPAGNE, Patrick. “La manifestation comme action symbolique. In: FAVRE, Pierre (org) *La manifestation*. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1990.
- COLLOVALD, Annie. *Identité(s) stratégique(s)*. ACTES de la Recherche en Sciences Sociales, Paris, (73), 1988.
- DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1990.
- DOMINGOS, Manuel. *A peleja dos revoltosos nos sertões*. Texto premiado num concurso promovido pelo Centro de Estudos Sociais Luís Carlos Prestes e Universidade Federal da Paraíba, 1994.
- DURAND, Gilbert. *A imaginação simbólica*. São Paulo: Cultrix, 1988.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.
- GIRARDET, Raoul. *Mitos e mitologias políticas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- HOLANDA, Aurélio Buarque. *Dicionário da língua portuguesa*. São Paulo: Nacional, 1972.
- KERTZER, David I. *Ritual, politics and power*. New Haven: University Press, 1988.
- KOTSCHO, Ricardo. *Viagem ao coração do Brasil, “Apresentação”* op. cit., 1994.
- LEFORT, Claude. *A invenção democrática, os limites do totalitarismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- LOBO, Narciso. “Caravana das águas”. In: *Viagem ao coração do Brasil*. op. cit. 1994.
- MEDEIROS, Alexandre. *Nos bastidores da campanha*. São Paulo: Objetiva, 1994.
- MEYER, Marlyse. *Caminhos do imaginário no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1993.

- MOUZAR BENEDITO. Caravana da cidadania. REVISTA Teoria e Debate, São Paulo: Rose Espina, (22), 1993.
- PALMEIRA, Moacir. Política, facção e compromisso: alguns significados do voto. In: Encontro de Ciências Sociais no Nordeste, 4. Anais. Salvador, 1989.
- PORTO ALEGRE, Sílvia. O Brasil descobre os sertões: a expedição de 1859 ao Ceará. CIÊNCIAS Sociais Hoje. São Paulo: ANPOCS, 1989.
- QUEIROZ, Maria Isaura. Identidade cultural, identidade nacional no Brasil. REVISTA Tempo Social, São Paulo: USP, 1989.
- RIVIÈRE, Claude. Les liturgies politiques. Paris: Presses Universitaires de France, 1988.
- SCOTTO, Gabriela. O visível e o invisível. ANTROPOLOGIA Social, Comunicações do PPGAS, Rio de Janeiro: Museu Nacional, 1995.
- VENTURA, Zuenir (1994) - "Peregrinos do sertão". In: Viagem ao coração do Brasil. op. cit., 1994.
- WILLAINE, Jean Paul. De la fonction infra politique du religieux. THE ANNUAL Review of the Social Sciences of religion, vol. 5. 1981.

PERIÓDICOS

REVISTA VEJA - 8/6/94 ; 17/9/94

REVISTA ISTO É - 13/7/94 ; 28/4/94

JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO - 30/4/94 ; 1/5/94 ; 30/5/94

VÍDEOS

Viagem ao coração do Brasil, São Paulo, TV dos Trabalhadores, 28/4/94

Caravana da cidadania, São Paulo, TV dos Trabalhadores, 10/6/93

ABSTRACT

The political rituals, existing mostly in the electoral campaign situations, serve as a broad reference to the reflection about the so called "Citizenship Caravan" (Caravana da Cidadania) performed by the "Workers' Party" at the moment when Luis Ignácio "Lula" da Silva ran for elections to President of Brazil. From the observation of newspapers reports, videos, photography images, and books, it was considered in this article that such campaign ritual enclose interesting aspects, from which the subjects of culture and politics. are articulated.. In this sense, the "Citizenship Caravan" has been analyzed from the following questions: a) the production of identification mechanisms between the "people" and the candidate; b) The symbology of the event in its attempt of knowledge and "discovery" of Brazil; c) The symbols and images construction as the expression of the interest conflicts.