

CHAIA, Vera

Livre-docente pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), pesquisadora do Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política (Neamp) da PUC-SP, do CNPq e da Fapesp. <vmchaia@pucsp.br>

CHAGAS, Genira

Doutora em Ciências Políticas e mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP; atua como jornalista na Unesp, é membro do Neamp e pesquisadora da Fapesp. <genirachagas@uol.com.br>

FERNANDES, Carla Montuori

Pós-doutora e doutora em Ciências Sociais pela PUC-SP, atua como docente da Unip e do Unifai; membro do Neamp e do Grupo de Estudos em Mídia, Pesquisa e Memória da Unip e pesquisadora da Fapesp. <carla_montuori@ig.com.br>

Produção da campanha “Voto limpo”: atores e protagonistas nas eleições municipais de 2012

RESUMO

O Superior Tribunal Federal (STF) considerou válida, a partir das eleições municipais de 2012, a Lei n. 135 de 2010 ou Lei da Ficha Limpa. Em função desse novo instrumento jurídico, este texto propõe um retrospecto da ação da Justiça Eleitoral na governança dos processos, mostrando a importância do órgão na institucionalização da Ficha Limpa e como esse novo mecanismo passou a influenciar os pleitos. Na eleição de 2012 a lei foi utilizada como recurso de comunicação para produzir a campanha “Voto Limpo”. Este texto também sugere uma discussão sobre a campanha e, dessa forma, busca contribuir para evidenciar os efeitos de sentido criados pelas peças publicitárias. Com este movimento multidisciplinar o artigo reafirma o STF e o TSE como instituições consolidadas no papel da governança eleitoral, além da ação do eleitor no avanço do processo democrático.

Palavras-chave: Produção midiática, Comunicação política; Lei Ficha Limpa; Campanha “Voto limpo”

ABSTRACT

Federal Supreme Court deliberated valid, since 2012 municipal elections, law number 135 of 2010 or “Clean Record”. This article proposes a retrospect of Electoral Justice on processes governance, showing its importance for the institutionalization of “Clean Record” and how this new instrument influenced the elections. At 2012 elections the Law was used as communication resource to produce “Clean vote” campaign. This article also suggests a discussion about the campaign, contributing to evidence the meaning effects created by advertising pieces. With this multidisciplinary movement the article reassures Federal Supreme Court and Electoral Justice as consolidated institutions at the role of electoral governance, besides electors action in the advance of the democratic process.

Keywords: Media production; Political communication; Clean Record Law; Campaign “Clean Vote”

Produção da campanha “Voto limpo”: atores e protagonistas nas eleições municipais de 2012

*[Production of the campaign “Clean vote”:
actors and protagonists in the 2012
municipal elections]*

CHAIA, Vera
CHAGAS, Genira
FERNANDES, Carla Montuori

O nível de democratização da política de um país depende de fatores como competitividade, ou seja, ofertas de propostas, tamanho da participação da sociedade nas disputas e, sobretudo, da credibilidade do processo político-partidário. Em sua pesquisa sobre consolidação da democracia no Brasil, Sadek (1995, p. 26) lembra que:

de nada adianta eleições competitivas e nas quais milhões de eleitores tenham direito a participar, se o alistamento, a emissão do voto, a apuração e a proclamação dos resultados acham-se sujeitos a intromissões que possam adulterar a livre manifestação do eleitor.

No Brasil, a existência de eleições desde o período colonial não resultou em garantias dos direitos do eleitorado. Na Colônia e no Império, em razão das condições sociais da época, tais como a forte presença de Portugal na política, de trabalho escravo e de senhores latifundiários, as eleições traduziam os interesses da metrópole. Sadek (1995, p. 20), citando Leal (1975) comenta que aquelas disputas eram “fabricadas pelo Gabinete, que se utilizava de todas as armas – fraude, suborno, violência, pressão”.

O hábito de manipular o resultado das eleições perdurou por toda a República. Sadek (1995) destaca que as disputas revelavam os interesses do poder central, em detrimento da vontade popular. O chamado ‘coronelismo’, expressão que sintetiza o principal fenômeno do período, representava o compromisso entre o poder privado decadente e um poder público que progressivamente se fortalecia. As oligarquias tinham espaço político garantido por assegurarem a vitória das lideranças comprometidas com a política situacionista.

A partir de 1932, a história dos pleitos ganharia um novo capítulo com a criação do Código Eleitoral. Em entrevista ao Instituto Humanitas Unisinos, Nicolau (2012) aponta: “O grande marco da história eleitoral do Brasil é o Código Eleitoral de 1932. Ele criou a Justiça Eleitoral, ampliou o direito de voto para as mulheres, introduziu regras para o sigilo do voto e adotou a representação proporcional.”

A iniciativa do governo revolucionário de Getúlio Vargas buscava justamente afastar das eleições as forças políticas que as lideravam.

A criação da Justiça Eleitoral e as novas mudanças no processo de votação atingiram os objetivos de tornar as eleições limpas (muito embora as fraudes e as coerções tenham continuado, sobretudo no interior do país), como constava no programa da Aliança Liberal. As eleições realizadas sob a égide da nova legislação (1933 e 1934) foram reconhecidas pelos estudiosos da época como um grande avanço em relação à prática eleitoral da primeira república (NICOLAU, 2012: 87).

A instalação de um poder independente para administrar os processos, apesar dos avanços que possibilitou para a conquista da democracia, ainda necessitaria de mecanismos auxiliares para torná-lo mais efetivo. A institucionalização desse mecanismo seria possível a partir da Constituição Federal de 1988, que possibilitou – por meio de seu artigo 61, parágrafo 2 – a participação da sociedade civil na

proposição de projetos de lei. Isso possibilitou o surgimento de normas como a Lei n. 135 de 2010, chamada “Ficha Limpa”. De iniciativa popular, essa lei veio permitir maior rigor no controle das disputas eleitorais.

Pereira e Taylor (2010) apontam que a implementação da “Ficha Limpa” supriu o sistema político brasileiro de uma ferramenta que obriga o candidato a cargo público a prestar contas à sociedade. Por isso mesmo ela foi aprovada contra a vontade da maioria dos políticos. Mas era impossível lutar contra a aspiração de aproximadamente 1,3 milhão de eleitores que assinaram a proposta da referida lei. Marchetti (2011) destaca a “Ficha Limpa” como elemento importante para garantir preventivamente certa moralidade nas eleições nacionais.

1. Protagonismo do judiciário na governança eleitoral

A Constituição Federal em vigor, em seu artigo 118, definiu o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) o órgão máximo da Justiça Eleitoral, seguido pelos Tribunais Regionais Eleitorais (TREs), os Juízes Eleitorais e as Juntas Eleitorais. O TSE foi criado em intersecção com o Poder Judiciário, em especial o STF. Isto é, os membros do TSE não são exclusivos desse órgão. Eles acumulam as funções da governança eleitoral – conjunto de regras e instituições que definem e conduzem uma disputa – com as de seus tribunais de origem. “Além do maior número de membros, o STF detém a garantia de sua presidência e a prerrogativa de indicar outros dois membros” (FERRAZ JUNIOR, 2008, p. 38). Com a predominância dos membros do STF na condução dos trabalhos do TSE, pode-se identificar a liderança da Corte Suprema na governança eleitoral.

Sobre a questão, Sadek esclarece que:

o voto secreto e a criação da Justiça Eleitoral, em 1932, representaram um importante passo no sentido de reduzir a violência nas disputas e de atingir a 'verdade eleitoral'. Esse ramo do judiciário tornou-se responsável pelo alistamento, pela apuração dos votos e pelo reconhecimento e proclamação dos eleitos. Também passou a caber-lhe a expedição de instruções complementares da legislação eleitoral, dividir os municípios em seções, distribuir os eleitores por elas e formar as mesas receptoras (SADEK, 1995, p. 30).

Na prática, a governança eleitoral, segundo Mozafar e Schedler (2002, p. 7), citado por Ferraz Junior (2008), compreende três níveis distintos: formulação das regras (*rule making*), aplicação das regras (*rule application*) e adjudicação das regras (*rule adjudications*). Definir essas regras ajuda-nos a compreender a atuação da Justiça Eleitoral na interpretação da Constituição Federal de 1988 e do Código Eleitoral na primeira eleição em que a Lei "Ficha Limpa" esteve em vigor.

9

O primeiro nível da governança eleitoral, o da formulação das regras (*rule making*), é a etapa em que são definidas as normas essenciais da competição: formato das eleições, distritos eleitorais, datas de realização, normas da (in)elegibilidade, financiamentos de campanha, definição dos registros dos candidatos, partidos e eleitores e a fixação dos órgãos que conduzirão os processos. Ações desse nível da governança são previstas pela Constituição e pelo Código Eleitoral, cujas interpretações ficam a cargo dos juízes do TSE.

O segundo nível, o da aplicação das normas (*rule application*), é o momento em que ocorre o registro de partidos, candidatos, eleitores e coligações possíveis; a definição das condições materiais para o exercício do voto; a distribuição das urnas; a garantia da publicidade e das campanhas educativas. Nesse nível, a ação do TSE assegura a transparência do processo eleitoral. O esforço do TSE para o aprimoramento da aplicação das normas teve seu ponto alto em 1996

com a adoção do voto informatizado, por intermédio da urna eletrônica. Esse procedimento permitiu a segurança dos pleitos pela eliminação das fraudes durante a votação e contagem dos votos. Outro avanço ocorreu nas eleições municipais de 2012, com o impedimento de candidatura de concorrentes com pendências judiciais pela interpretação da validade da “Ficha Limpa”.

O terceiro nível (*rule adjudcation*) determina o momento da aplicação correta das regras para assegurar a transparência e a confiança nos resultados do processo. Para isso, o Tribunal também age na solução das pendências surgidas no decorrer da competição. Sadek cita que:

a importância atribuída à Justiça Eleitoral não implica desconsiderar deficiências que existem em sua atuação, e tampouco o fato de que variáveis alheias à organização das eleições e ao mecanismo de apuração e diplomação dos eleitos – condições sociais, estruturais, sistema eleitoral e partidário, o perfil e ampliação do eleitorado, etc. – podem condicionar fortemente a qualidade do processo (SADEK, 1995, p. 32).

10

2. “Ficha Limpa”: da iniciativa popular ao Poder Judiciário

Marchetti (2011) ressalta que a “Ficha Limpa”, antes de ser objeto de debate público e político, teve sua origem em uma decisão tomada na justiça eleitoral regional. O fato ocorreu em 2006. Segundo levantamento de Marchetti (2011), no período do calendário eleitoral em que é permitida a contestação do registro de uma candidatura, o Ministério Público Eleitoral (MPE) do Rio de Janeiro ingressou no Tribunal Regional Eleitoral (TRE) do estado com pelo menos cinco ações. Quatro delas eram contra candidatos acusados de participação no esquema de corrupção “Máfia das ambulâncias”. A outra envolvia o candidato Eurico Miranda, à época candidato a deputado federal pelo PTB, figura pública tão conhecida quanto controversa. Em todas elas evocava-se o princípio da moralidade pela vida pregressa para negar o registro de suas candidaturas. A rigor, não havia novidade no

pedido do MPE, ainda que não fosse frequente esse tipo de ação. A novidade foi o acolhimento do TRE-RJ das ações, cancelando o registro dos candidatos, divergindo assim da súmula da instância superior. Viu-se, assim, o TSE repercutindo nas decisões do Tribunal carioca.

A partir do entendimento do MPE e do TRE cariocas, o tema da moralidade na escolha do representante político voltou com força ao debate público. Assim, a questão da “Ficha Limpa” tornou-se imperiosa para diversas entidades, como o Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral (MCCE) e a Articulação Brasileira Contra a Corrupção e a Impunidade (ABRACCI), que juntas representaram mais de cem organismos civis não governamentais.¹ Elas foram decisivas na consolidação da proposta da lei “Ficha Limpa”. Lançada em abril de 2008, a iniciativa totalizou mais do que o 1% necessário de assinaturas para que um projeto de lei de iniciativa popular pudesse ser enviado à Câmara dos Deputados.²

O foco do movimento “Ficha Limpa” era à ampliação das condições de (in)elegibilidade, vinculado ao pleno exercício dos direitos políticos. Anteriormente, apenas a sentença criminal condenada e julgada e a reprovação por improbidade administrativa não eram suficientes para impedir a candidatura e a ocupação de cargos eletivos por cidadão cujo eventual processo judicial estivesse em andamento. Inclusive, em alguns casos, a pena chegava a ser prescrita em razão da morosidade do sistema jurídico brasileiro.

¹ Informação disponível em:

<http://www.fichalimpa.org.br/index.php/main/ficha_limpa>. Acesso em 14 de jan. 2013.

² Como complemento, é preciso destacar que o trâmite de um projeto de Lei de Iniciativa Popular possui outras exigências, a saber: adesão de, no mínimo, um por cento do eleitorado nacional, distribuído por pelo menos cinco Estados, com não menos de três décimos por cento dos eleitores de cada um deles; circunscrever-se a um só assunto e efetiva correção, por órgãos competentes, de impropriedades de técnicas legislativas ou de redação. Informação disponível em: <<http://www.mcce.org.br>>. Acesso em: 14 de jan. 2013.

Sancionada em junho de 2010, a Lei da Ficha Limpa ficou a cargo do Poder Judiciário, responsável por aplicar o procedimento de (in)elegibilidade no registro de candidatura do pleito eleitoral daquele ano. Mas o questionamento do início da validade e aplicabilidade da lei gerou polêmicas nos TREs, TSE e STF. Entre as controvérsias, alegavam-se que a “Ficha Limpa” violava o direito fundamental de presunção de inocência (art. 5º, LVII, CF/88) e o da coisa julgada (art. 5º, XXXVI, CF/88). Outros questionamentos pairavam sobre a retroatividade e o desrespeito à regra de anterioridade anual para alteração de norma do processo eleitoral.³

Apesar das divergências na interpretação da lei, ao final dos julgamentos das candidaturas daquele ano, os TREs negaram 242 registros no território nacional com base na “Ficha Limpa”⁴. O estado de São Paulo, maior colégio eleitoral, negou 39 registros, somando o maior número de impedimentos no país.⁵ Diante do número de candidaturas indeferidas pelos TREs, os candidatos e seus partidos recorreram das decisões no TSE, que manteve a resolução de aplicar a Lei Complementar n.º. 135/2010 já nas eleições de 2010. Entretanto, ainda faltava o julgamento do STF, última instância para Recurso Ordinário.

O percurso da Lei “Ficha Limpa” pelo STF gerou inúmeras polêmicas nos três julgamentos mais relevantes, ocorridos por meio de Recurso Ordinário. O primeiro relacionava-se à candidatura do ex-senador Joaquim Roriz ao governo do Distrito Federal. Pelo entendimento do TRE, Roriz teve sua candidatura negada por renunciar ao mandato de Senador, em 2007, para fugir do processo de cassação. Em meio à

12

³ O que é a Lei Ficha Limpa. Artigo disponível em:
<<http://jus.com.br/revista/texto/19080/afinal-de-contas-o-que-e-a-lei-da-ficha-limpa>>. Acesso em 14 de jan. 2013.

⁴ TREs barram 242 candidatos pela Lei da Ficha Limpa. Disponível em:
<<http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,tres-barraram-242-candidatos-pela-lei-da-ficha-limpa,608091,0.htm>>. Acesso em 15 de jan. 2013.

⁵ Congresso em foco. Artigo disponível em:
<<http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/manchetes-anteriores/ficha-limpa-barrou-242-candidaturas/>>. Acesso em 14 de jan. 2013.

polêmica, o então presidente do STF, Ministro Carlos Ayres Britto, propôs analisar a inconstitucionalidade da Lei Complementar n.º. 135/2010 sob a justificativa de que sua aplicação não poderia ocorrer a fatos vigentes antes de sua promulgação. Colocada para apreciação, a Lei foi considerada constitucional por seis ministros, maioria em um grupo de dez que compuseram a votação.⁶

O Recurso Ordinário do ex-senador Jader Barbalho também colocou em questionamento a vigência da “Ficha Limpa”, tendo como prerrogativa o artigo 16 da Constituição que esclarece: “a lei que alterar o processo eleitoral entrará em vigor na data de sua publicação, não se aplicando à eleição que ocorra até um ano da data de sua vigência”. Após votação, o STF reafirmou que a decisão do TSE deveria ser mantida, em virtude do empate de entre os ministros contra a aplicação da Lei Complementar n.º. 135/2010 nas eleições de 2010.⁷

13

Um novo impasse foi criado com o empate pela falta de nomeação do ministro que substituiria Eros Roberto Grau, recém-aposentado, resultando no adiamento do julgamento da Lei “Ficha Limpa” para 2011, ocasião em que o presidente eleito nomearia o 11º ministro para compor o Tribunal. Nomeado pela presidente Dilma Rousseff, o ministro Luiz Fux derrubou a validade da “Ficha Limpa”, em março de 2011, por entender que ela não poderia ter vigência no mesmo ano de criação.

Após inúmeras reviravoltas, com votações adiadas e sob forte pressão da sociedade, o STF aprovou a Lei Complementar n.º. 135/2010, em 16 de fevereiro de 2012, tornando-a válida nas eleições

⁶ O TSE entende que a LC 135/2010 não fere o princípio da anualidade eleitoral previsto no artigo 16 da Constituição Federal. Reafirma que inelegibilidade não constitui pena, não havendo, portanto, afronta ao princípio constitucional da presunção de inocência. Disponível em:

<<http://agencia.tse.jus.br/sadAdmAgencia/noticiaSearch.do?acao=get&id=1327459>>. Acesso em 16 de fev. 2013.

⁷ Informativo do Tribunal Regional Eleitoral do Estado do Pará. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-pa-informativo-tre-pa-no-16-2011>> Acesso em 16 de fev. 2013.

municipais daquele ano. A “Ficha Limpa” mantém as prerrogativas de (in)elegibilidade para políticos condenados na Justiça, mesmo sem decisão final, e para os que renunciaram ao cargo para não serem cassados.

3. Divulgação da Ficha Limpa nas eleições municipais de 2012

A aplicação da Lei Complementar nº. 135/2010 nas eleições municipais de 2012 representou um novo marco no processo político-eleitoral. Ela possibilitou que os TREs barrassem, inicialmente, um total de 2.247 candidaturas, levando a decisão para o TSE. No entanto, a legislação eleitoral em si não impediu que candidatos barrados em segunda instância, com direito a recurso, concorressem normalmente até decisão definitiva do TSE. Enquanto lei complementar, a “Ficha Limpa” não tem esse alcance. Assim, no dia 7 de outubro de 2012, 197 candidatos com candidatura impugnada nos TREs concorreram no primeiro turno das eleições municipais.

Diante dessa situação, as Procuradorias Eleitorais ingressaram com pedidos de impugnação, junto ao TSE, dos chamados “ficha suja”. Dessa forma, os candidatos ameaçados pela “Ficha limpa” foram considerados “sub judice”. Nessa condição, conseguiram o direito de ter nome, foto e número de candidatura na urna eletrônica. Para efeito da Legislação Eleitoral, enquanto aguardavam definição do TSE para liberação, ou não, do registro, os votos das candidaturas “sub judice” eram contabilizados, mas apareciam com resultado final zero, não influenciando o resultado das eleições. No julgamento final, se o registro fosse deferido, os votos seriam validados, permitindo a posse do candidato. Do contrário, os votos seriam descartados e o mandato seria entregue ao segundo colocado.

Para alertar sobre os 197 candidatos⁸ que concorreram nessa condição e estimular o cidadão a participar do processo eleitoral, o TSE promoveu a campanha “Voto limpo”, veiculada pelo rádio e televisão durante o pleito de 2012.

Em pesquisa sobre a participação do Poder Judiciário e a aplicação da “Ficha limpa” nas eleições de 2010, Falcão e Oliveira (2012) buscaram saber como o eleitor se informa sobre o processo eleitoral. O resultado apontou que pelo noticiário na televisão (88%), em conversas com familiares e conhecidos (86%), e pela propaganda eleitoral gratuita (82%). Segundo os autores, a ordem de importância destes canais é a mesma, independente de renda ou escolaridade. Ainda segundo o estudo, a mídia impressa e o rádio vêm na sequência, atingindo respectivamente 52% e 45% dos eleitores. Já a internet aparece em último lugar, acessada por aproximadamente 36% dos entrevistados. Falcão e Oliveira chamam a atenção para a importância da televisão como veículo de ação política. Embora a pesquisa seja relativa às eleições de 2010, não é incabível relacioná-la ao pleito de 2012, tendo em vista a centralidade dos veículos eletrônicos na vida cotidiana.

Dezesseis peças publicitárias de 30 segundos foram elaboradas para permanecer 45 dias em exibição. A campanha “Voto Limpo” teve início em 21 de agosto e, nas localidades onde ocorreu segundo turno, foi encerrada no dia 26 de outubro. Com o slogan “Valorize seu voto, vote pela sua cidade, vote limpo”, os vídeos e spots alertavam para a importância de pesquisar o passado dos políticos e escolher candidatos idôneos.

⁸ Segundo apontava dados do TSE, publicado em 06 de outubro de 2012, o número de candidaturas no pleito de 2012 somaram um total de 481.361 mil, distribuídos entre prefeitos e vereadores. Desse número, mais de 91,5% dos candidatos estavam em situação regularizada, sendo que 3,8% tiveram candidatura indeferida, 2,5% renunciaram e 2,2% aguardavam decisão do tribunal. Disponível em: <<http://www.contasabertas.com.br/WebSite/Noticias/DetalleNoticias.aspx?id=1035&AspxAutoDetectCookieSupport=1>>. Acesso em: 16 de fev. de 2013.

Dividida em duas fases, as peças abordaram temas recorrentes da democracia político-partidária, como a participação de eleitores de todas as idades, inclusive aqueles cujo voto é facultativo – os que possuem entre 16 e 17 anos e os maiores de 70 anos – e acessibilidade. Trataram, sobretudo, de temas relativos ao processo administrativo da disputa eleitoral (*rule applications*), tais como: justificativa de ausência ao pleito, horário de votação, documentos de identificação necessários para votação, a ordem de escolha do candidato na urna e a biometria (tecnologia que possibilita identificar o eleitor pelas impressões digitais), disponíveis em apenas algumas cidades.

Com mensagem direta ao eleitor, as peças também promoveram o papel do TSE no exercício democrático, nomeando-o “Tribunal da Democracia”. A série de filmes, em última análise, delegava ao cidadão a responsabilidade pela pesquisa de candidatos com “ficha suja”. No tópico seguinte será realizada uma breve análise das principais peças, produzidas com os temas “Mecânico”, “Conquista”, “Servente”, “Palhaço” e “Senhora”.

16

4. Mensagens da Campanha “Voto Limpo”

No universo da comunicação de massa, a propaganda ainda é a escolha adequada para emissores que desejam persuadir ou inculcar uma ideia. Diversos autores alertam que o conceito de propaganda percorre a manipulação planejada da comunicação, visando, pela persuasão, mobilizar condutas e crenças dos receptores. No contexto da linguagem, Sandman (2001) aponta que a propaganda é, em certa medida, reflexo e expressão da ideologia dominante, dos valores em que se acreditam, por manifestar a visão de mundo de uma parcela da sociedade em certo momento histórico.

Sendo assim, a propaganda utiliza uma série de estratégias. A inserção de imagens, por exemplo, tem por marca a

intencionalidade, representada nos mecanismos de produção de sentido. Para que o impacto da imagem se concretize, a publicidade dimensiona os recursos apelativos, utilizando-os como ferramentas de manipulação capazes de despertar representações internalizadas de valores culturais e sociais. Em propaganda, Sant'anna (1998) define a imagem como sendo o conceito ou pré-conceito emotivo ou intelectual presente no imaginário de um público, seja em torno de um produto, serviço, empresa ou situação. A importância da imagem publicitária é apontada por Dondis (2003), quando afirma que o indivíduo tem predisposição para identificar-se com a informação visual.

No âmbito discursivo, a propaganda vem sendo objeto de estudo de inúmeros pesquisadores, por meio de recursos da semiótica, tomados para compreender o percurso gerativo do sentido do signo. Para interpretação das peças da Campanha “Voto limpo”, será utilizada a análise do discurso de influência francesa, em que a noção de ideologia ganha maior relevância.

Ao criticar o esquema elementar de comunicação, Pêcheux (1975) aponta que o discurso, mais do que transmissão de informação, é efeito de sentido entre os interlocutores. Para o autor, “não existe discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido” (PÊCHEUX, 1975, p. 147).

A relação entre língua, ideologia e discurso é reafirmada por Orlandi (2006) ao esclarecer ser o discurso a materialidade específica da ideologia e a língua a materialidade específica do discurso. Ao compreender que discurso, ideologia e língua encontram-se intimamente imbricados, Bakhtin (1995) afirma que não há discurso neutro, ou seja, todo enunciado subjaz a ideologia do seu produtor que, por sua vez, revela uma intenção.

Pensar as peças publicitárias da campanha “Voto limpo” sob a perspectiva da análise de discurso prevê considerar que na sua produção estão presentes jogos estratégicos de ação e reação, de pergunta e resposta, de dominação e esquivas, como também de luta (MAINGUENEAU, 2001).

No campo da produção de sentido, os filmes da campanha “Voto Limpo” veiculados na televisão buscaram projetar a imagem do eleitor, representado pelos personagens “Mecânico”, “Palhaço”, “Servente”, “Senhora” e “Conquista”. A seleção da amostra, que abarcou apenas cinco propagandas da campanha “Voto limpo”, justifica-se pelo conteúdo do material audiovisual. Uma análise preliminar identificou outras peças publicitárias veiculadas apenas como forma de orientação do TSE para o eleitor durante o processo eleitoral. Já as peças escolhidas retratavam o contexto da Lei “Ficha Limpa” e a tentativa de conscientizar o eleitor na escolha do candidato.

Em breve análise foi possível identificar as propagandas selecionadas com semelhança imagética, cujos personagens estavam sempre limpando algo, enquanto aconselhavam o cidadão sobre a importância do “voto limpo”. A limpeza executada reforça o *slogan* proferido ao final de cada propaganda “Valorize seu voto, vote pela sua cidade, vote limpo”.

Amparados pelo conceito do dialogismo de Bakhtin (2003), em que não existe discurso original, pois todo enunciador retoma dizeres anteriores e encerra sua construção com outras vozes,⁹ partimos para as análises das peças. Ao persistir na imagem da limpeza, as propagandas simbolizam a democracia como um trabalho, cuja execução está nas mãos do eleitor. A limpeza remete, ainda, para a necessidade de eliminar a corrupção política, antiga e já institucionalizada em todo país. A figura de personagens populares

⁹ Na perspectiva de Bakhtin (2003: 413), a linguagem é percebida a partir de uma concepção dialógica, no qual o outro é imprescindível na formação do nosso eu.

refere-se ao eleitor, que por meio de mobilização social recolheu assinaturas e tornou-se protagonista na aprovação da Lei da Ficha Limpa.

“Palhaço” – Interpretando um palhaço (Figura 1), um ator retira com um algodão a maquiagem fortemente marcada pelas cores vermelho, azul, amarelo e branco. O ato de limpar as marcas de palhaço e, ao fim do vídeo, mostrar o rosto limpo, alude à real possibilidade do eleitor atuar frente à corrupção política. O texto corrobora com a imagem: “Eu não vejo voto como obrigação. Voto para mim é um direito conquistado depois de muitas lutas de nossa sociedade. Como a que levou à criação de Lei ‘Ficha Limpa’. Que agora começa a vigorar. A Lei da Ficha Limpa é o eleitor de cara nova. É essa cara que eu quero dar para minha cidade”¹⁰.

Figura 1. Palhaço



O palhaço pode estar associado ao riso, alegria, como também a arte de ludibriar, enganar o outro em nome da comédia. Os palhaços europeus no século XIX usavam a mímica como forma de expressão. No Brasil, o palhaço incorporou traços da cultura popular brasileira, sobretudo as brincadeiras e as manifestações populares (LULU & FRANCO, 2010). Os palhaços brasileiros se especializaram em ser parlapatões, cuja encenação reside em contar vantagens ou atuar no âmbito da malandragem. No contexto popular, o termo “palhaço” ou “palhaçada” está por vezes associado ao ato de enganar o outro.

¹⁰ As informações sobre as peças da campanha “Vote Limpo” foram coletadas na página do Tribunal Superior Eleitoral na internet <<http://www.tse.jus.br/>>

Ao retomar o conceito de Bakhtin (2003), segundo o qual nenhuma palavra é neutra e todo signo carrega um caráter ideológico, com sentido específico, de acordo com contexto em que é utilizado, o palhaço que retira a maquiagem na peça da campanha está associado a imagem do eleitor que, por meio do voto limpo, deixará de ser objeto de enganação na política. O texto “é o eleitor de cara nova” reforça a imagem de um novo eleitor, sem maquiagem, capaz de atuar em busca do voto consciente.

“**Mecânico**” – A peça intitulada “Mecânico” (Figura 2) apresenta um ator limpando com pano vermelho as mãos sujas de graxa. A imagem das mãos limpas pode representar o ato de ignorar determinada situação, ou seja, lavar as mãos para um problema ou, ao contrário, começar pelas mãos, instrumento principal da força de trabalho, a mudança de determinada situação. O texto que complementa a propaganda é intencionalmente orientado para reforçar o sentido da imagem, alertando ser papel do eleitor limpar a sujeira da política e buscar a aplicação bem-sucedida da “Ficha Limpa”.

20

Figura 2. Mecânico



Diante do entendimento de que a palavra comporta um discurso ideológico, o texto que acompanha a imagem reforça a necessidade de limpar a sujeira da política, conforme segue: “Tem gente que acha que todo político é igual, que todos são sujos. Eu penso diferente. Tem muito candidato bem intencionado. É só a gente pesquisar. Ver se ele tem um passado digno e se suas propostas vão trazer

benefícios para nós e para nossa cidade. Voto não tem preço. Voto tem consequência”.

“**Conquista**” – A peça “Conquista” (Figura 3) visa incutir no eleitor a responsabilidade de pesquisar e eleger candidatos com passado sem manchas. Ela apresenta uma jovem a limpar com pano branco uma taça na cor dourada. O gesto de limpeza é carregado de sentido polissêmico¹¹ pois permite múltiplas leituras e interpretações. Uma delas caracteriza a necessidade de limpar o cenário político. A taça dourada faz referência a um troféu, símbolo de vitória em uma determinada competição.

Figura 3. Conquista



Assim, a peça remete a vitória popular conquistada com a aprovação da campanha “Voto Limpo”. A limpeza da taça indica necessidade do eleitor pesquisar os candidatos “ficha limpa”, para que mais conquistas ocorram na esfera política. O texto reforça o sentido da imagem: “A vida é feita de conquistas. Quando a gente elege um candidato, a gente coloca o nosso futuro e de um monte de pessoas que a gente gosta nas mãos de alguém que vai nos representar. Tudo o que ele fizer em nosso benefício vai tornar a nossa vida melhor. Esse é o prêmio de quem vota limpo”.

“**Senhora**” – “Senhora” (Figura 4) mostra uma atriz idosa a limpar os óculos para, posteriormente, colocá-lo na face e efetuar a leitura de

¹¹ Na concepção de polissemia “As palavras são tecidas de uma multidão de fios ideológicos, e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios”. (Bakhtin, 1995: 38)

um livro. O ato de limpar os óculos pode associar-se ao aumento do campo visual, referindo-se a responsabilidade do eleitor de colocar em prática a “Ficha Limpa”. A escolha de uma idosa como personagem oferece significado polissêmico e pode remeter para a importância do voto de todos os cidadãos, inclusive dos idosos, como também pode estar associada ao contexto de amadurecimento e sabedoria que a idade costuma proporcionar aos indivíduos.

Figura 4. Senhora



Ao considerar que a linguagem nunca aparece isolada do contexto social, pois “a palavra está carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial” (Bakhtin, 1995, p. 95), o texto reforça a linha discursiva da responsabilidade de escolher candidatos com histórico político virtuoso. “Demorou. Mas depois de reunir mais de um milhão de assinaturas, a gente finalmente conseguiu. A Lei da Ficha Limpa já está valendo. E eu que nem sou obrigada a votar, faço questão de depositar a minha confiança em candidatos dignos do meu voto. Candidatos limpos”.

“**Servente**” – A peça “Servente” (Figura 5) mostra um ator limpando com luvas e pano branco o vidro de um aparente gabinete. O recurso de close nas luvas brancas do servente, cuja imagem reflete-se no vidro limpo, alude à clareza que deve conduzir o eleitor na escolha dos candidatos. O texto retoma a importância da Lei da Ficha Limpa, que foi conduzida pelo povo.

Figura 5. Servente



O discurso da responsabilidade pela escolha do candidato foi reproduzido: “Uma boa limpeza é muito importante. Ficha limpa”. O slogan “Valorize seu voto, vote pela sua cidade, vote limpo” repetido ao final de cada peça reforça o espírito de orientação do eleitor. Ele incorpora a função conotativa, traduzida sob a forma de imperativos, vocativos e pela presença da terceira pessoa (JAKOBSON, 1987). Preferida nas mensagens publicitárias, a ação centrada no destinatário, segundo Martins (1997), é utilizada em situações de objetividade, atenção e necessidade de influenciar o receptor.

23

5. Considerações Finais

A Lei da Ficha Limpa constitui-se instrumento auxiliar da Justiça Eleitoral de valiosa importância no processo de consolidação da democracia brasileira. Aplicada nas eleições municipais de 2012, ela permitiu colocar em cheque a candidatura de 197 postulantes a cargos eletivos e executivos nos municípios. Essa ação resultou da participação direta do eleitor na governança eleitoral.

A Justiça Eleitoral, criada em intersecção com o Poder Judiciário brasileiro, foi colocada como instituição independente para assegurar a lisura no resultado do processo. Fatores externos, como citado no artigo, podem interferir nos resultados. Mas, à medida que a consciência política aumenta, o eleitorado vai criando condições para aprimorar a competição político-partidária. Foi o que aconteceu

com o movimento que resultou na Lei da Ficha Limpa. Embora fortemente ameaçado em seu trâmite pelo Congresso Nacional, o então projeto de lei foi sancionado. O fundamental para a consolidação de todo esse processo foram pressões sociais, acatadas pelo Supremo Tribunal Federal (STF).

Além das ações da Justiça Eleitoral nas eleições municipais de 2012, este texto também procurou mostrar a ação daquela instituição para informar o eleitor sobre as condições em que se desenrola um processo eleitoral e como sua participação consciente faz diferença para a cidadania. Ao analisar a campanha “Voto limpo”, o texto evidenciou a responsabilização do eleitor pela escolha de candidatos idôneos, ressaltando os novos atores, ao lado da Justiça Eleitoral, a auxiliar no aperfeiçoamento da democracia.

Referências

ABREU, Daniel B. *Ficha Limpa: decisões do Supremo Tribunal Federal, do Tribunal Superior Eleitoral e Judicialização da Política*. 2012. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1995.

..... *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL: promulgada em 5 nov. 1988. São Paulo: Saraiva, 2007.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FALCÃO, Joaquim; OLIVEIRA, Fabiana Luci de. *Poder Judiciário e Competição Política: as eleições de 2010 e a lei da "Ficha-Limpa"*. *Opin. Publica*, Campinas, v. 18, n. 2, Nov. 2012.

FERRAZ JUNIOR, Vitor Emanuel Marchetti. *Poder Judiciário e competição política no Brasil: uma análise das decisões do TSE e do STF sobre as regras eleitorais*. 2008. F.37. Tese (doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

JAKOBSON, Roman. *Linguística e Poética*. In: *Linguística e comunicação*. Tradução de Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 1987.

LEAL, Vitor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto*. São Paulo. Editora Alfa-Ômega, 1975.

LULU, Maria; FRANCO, Monique. *Palhaços do nosso povo*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

MARCHETTI, Vitor. *A Ficha Limpa no contexto da governança eleitoral brasileira*. Interesse Nacional, n° 12, p. 33-42, 2011.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. Trad. Cecília P. de Souza e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

MARTINS, Jorge S. *Redação publicitária: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 1997.

MOZAFAR, Shaheen; SCHEDLER, Andreas. *The comparative study of electoral governance – introduction*. International Political Science Review, 2002.

NICOLAU, Jairo. *Eleições no Brasil: do império aos dias atuais*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

_____. *Não é por falta de eleições. Entrevista com Jairo Nicolau*. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/512844-nao-e-por-falta-de-eleicoes>>. Acesso em 31 ago. 2014.

ORLANDI, Eni P. *Discurso e Leitura*. São Paulo: Cortez, 2006.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Tradução de Eni P. Orlandi [et al.]. Campinas: Editora da Unicamp, 1975.

PEREIRA, C. and TAYLOR, M. Clean. *Slate Law: Raising Accountability in Brazil*. Disponível em: <<http://www.brookings.edu/research/opinions/2010/12/22-brazil-corruption-pereira>>. Acesso em 22 jan. 2013.

SADEK, Maria Tereza Aina. *A justiça eleitoral e a consolidação da democracia no Brasil*. Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung, 1995.

SANDMAN, Antônio José. *A linguagem da propaganda*. São Paulo: Contexto, 2001.

SANT'ANNA, Armando. *Propaganda: teoria, técnica e prática*. São Paulo: Pioneira, 1998.

25

COMPOLÍTICA
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE PESQUISADORES EM
COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

Presidente: Alessandra Aldé (UERJ)
Vice-Presidente: Luis Felipe Míquel (UnB)
Secretário Executivo: Francisco Jamil Marques (UFC)

Editoras-Chefes:
Alessandra Aldé (UERJ) e Maria Helena Weber (UFRGS)

Editores Executivos:
Edna Miola (UFS), Fernanda Sanglard (UERJ), Rafael
Cardoso Sampaio (UFMG) e Viktor Chagas (UFF)

Revisoras:
Fernanda Sanglard (UERJ) e Isabele Mitozo (UFPR)

<<http://compolitica.org/revista>>

A Revista Compolítica é uma revista eletrônica da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Com periodicidade semestral, sua proposta é difundir a produção acadêmica relacionada às interfaces desses campos de estudo.

Ao citar este artigo, utilize a seguinte referência bibliográfica

CHAIA, Vera; CHAGAS, Genira; FERNANDES, Carla Montuori. *Produção da campanha 'Voto limpo': atores e protagonistas nas eleições municipais de 2012*. In: **Revista Compolítica**, n. 4, vol. 2, ed. agosto-dezembro, ano 2014. Rio de Janeiro: Compolítica, 2014.

