

SENTIDOS DO PASSADO

nação, tradição e história na campanha eletrônica para o plebiscito de 21 de abril de 1993*

*LUIS FELIPE MIGUEL***

Poucas campanhas políticas encontraram um eleitorado tão desmotivado quanto a do plebiscito do dia 21 de abril de 1993, sobre forma e regime de governo. Vários fatores podem ter contribuído para esse desânimo - a falta de clareza em relação às alternativas em jogo, a percepção de problemas mais imediatos como mais importantes, o caráter *sui generis* de uma eleição que apresentava fórmulas abstratas em vez de candidatos. Tornou-se consenso, ao menos nas análises veiculadas pelos meios de comunicação, que a campanha eletrônica (rádio e TV) das frentes parlamentares foi em parte responsável pelo desinteresse popular, ou ao menos não contribuiu para revertê-lo. Acentuou-se o caráter demagógico e desinformador da campanha para o plebiscito, o esvaziamento do conteúdo político em favor das técnicas publicitárias, a aposta freqüentemente feita na confusão do eleitor.

Houve, porém, uma singularidade na campanha para o plebiscito, bem menos observada: a presença central da história nos debates travados entre as frentes parlamentares. Se, como diz Murray Edelman,

* Trabalho apresentado no XX Encontro Anual da ANPOCS (Caxambu, 22 a 26 de outubro de 1996), no GT "Usos da imagem".

** Mestre em Ciência Política pela Universidade de Brasília. Doutorando em Ciências Sociais na Universidade Estadual de Campinas. Autor do livro *Revolta em Florianópolis: a novembrada de 1979* (Fpolis.: Insular, 1995). e-mail: lfelipe@brnet.com.br

um momento crucial nas manobras políticas é "a criação de sentido: a construção de crenças sobre o significado de eventos, de problemas, de crises, de mudanças de direção política [*policy changes*] ou de líderes"¹, na disputa do plebiscito um elemento crítico foi a criação de significados para o passado histórico.

O reexame polêmico atingiu dos tempos da colônia aos fatos mais recentes, notadamente o processo de *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor. Os atores e atrizes contratados para apresentarem os programas de televisão dividiram a telinha com historiadores, economistas, sociólogos e antropólogos, convidados para discorrerem sobre temas como a estabilidade da moeda no Segundo Reinado. Alguns pontos foram motivos de verdadeiras batalhas discursivas, que se estenderam ao longo de semanas de campanha: o programa político da Inconfidência Mineira, as conseqüências da abolição da escravatura, os méritos da experiência parlamentarista de 1961.

Esse artigo irá discutir como ocorreram essas batalhas na história (e pela história), analisando os programas veiculados na televisão. A primeira parte mostra a construção, pelas frentes parlamentares, de um conceito de nação, relevante por ser um ponto de referência ao qual remetem as discussões sobre a história. A segunda parte analisa o papel atribuído à "tradição" nos debates do plebiscito e sua relação com a história do Brasil. A terceira parte, finalmente, focaliza as principais "batalhas" travadas ao longo da campanha, mostrando - como enfatiza a conclusão - que por trás de diferentes versões do passado se abrigavam diferentes conjuntos de valores políticos.

¹ Edelman, Murray, "Political language and political reality", in *Political Science and Politics* vol. XVIII(1). New York, 1985, p. 10.

NOTA SOBRE AS FONTES PRIMÁRIAS

A campanha eletrônica começou no dia 20 de fevereiro, em pleno carnaval, com "anúncios" de 30 ou 60 segundos de duração, veiculados pelas emissoras de TV durante a programação normal, dentro dos intervalos comerciais. A partir do dia 1º de março e até o dia 19 de abril, as frentes passaram a dispor também de dois períodos de cadeia nacional de televisão, com início às 8 horas e 30 minutos e às 20 horas e 30 minutos, para veicularem programas mais extensos. As cadeias tinham duração variável, já que cada frente podia dividir livremente seu tempo diário entre os programas e os anúncios, que continuaram a ser veiculados. Cada programa era em geral veiculado duas vezes, com o da noite repetindo o da manhã ou o da manhã reprisando o da noite anterior. Nesse artigo, todas as referências são feitas aos programas do horário noturno.

Os programas foram produzidos pela Frente Parlamentarista Ulysses Guimarães (parlamentarismo republicano), pela Frente Presidencialista Republicana e pela Frente Parlamentarista Monárquica. Além delas, o Partido Democrático Trabalhista, que fechou questão em torno do presidencialismo, obteve um espaço próprio. Os programas do PDT foram pouco mais do que uma preparação da candidatura do governador Leonel Brizola às eleições presidenciais de 1994, atendo-se menos aos temas próprios do plebiscito. Por isso, o artigo privilegia a análise das três frentes parlamentares, enfocando a campanha do PDT apenas acessoriamente.

I - UMA IMAGEM DE NAÇÃO

Ao falar em "Brasil", uma mensagem eleitoral publicitária não se refere apenas a uma realidade geográfica convencionalmente definida. Ela remete a uma idéia de nação, capaz de despertar identificação e

lealdade em seus eleitores-espectadores. Tal imagem é um produto ideológico - e, como tal, simbólico:

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um *significado* e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um *signo*. *Sem signos não existe ideologia*².

Na campanha para o plebiscito de 21 de abril, as três frentes parlamentares utilizaram o mesmo universo simbólico para a definição da identidade nacional brasileira. Trata-se da visão da nação que é hegemônica, ao menos, desde os anos 30 deste século. Uma visão que valoriza, em primeiro lugar, a heterogeneidade das raízes nacionais. As "três raças" que estão na origem da nacionalidade e, mais recentemente, a contribuição dos imigrantes europeus e asiáticos fazem da convivência e da miscigenação racial traços constitutivos do caráter brasileiro. O "homem cordial" de Sérgio Buarque e o que se poderia chamar de "escravatura amigável" de Gilberto Freyre reforçaram - independente das intenções originais dos autores - a tese de que o Brasil seria o país, por excelência, da coexistência pacífica de raças e culturas.

O movimento modernista deu à idéia do "cadinho de raças" sua versão mais radical, na teoria antropofágica de Oswald de Andrade, e a emblematizou no *Macunaíma* de Mário de Andrade³. Antes dele, porém, já os românticos apontavam no mesmo sentido. A obra de um José de Alencar, valorizando sobretudo o elemento nativo, demonstra a presença de uma intenção consciente de construção da identidade nacional⁴ que

² Bakhtin, Mikhail, *Marxismo e filosofia da linguagem*. S. Paulo: Hucitec, 1990, p. 31.

³ Ver Queiroz, Maria Isaura Pereira de, "Identidade cultural, identidade nacional no Brasil", in *Tempo Social* vol. 1(1). S. Paulo, 1989, pp. 34-5.

⁴ Ver Dalcastagnè, Regina, *O espaço da dor*. Dissertação de mestrado apresentada à Universidade de Brasília. Brasília, 1993, pp. 18-21.

passa pela diversidade racial. Mais ainda, Alencar antecipa outra faceta do "sentimento nacional" até hoje hegemônico. Em romances como *O sertanejo* ou *O gaúcho*, ele acentua o sentido da diversidade regional, característica do país-continente Brasil.

País-continente por abrigar tantos tipos regionais distintos, mas também pela abrangência de seus recursos naturais. Do "em se plantando, tudo dá" da carta de Caminha ao Brasil-grande dos militares muita coisa muda, mas permanece a idéia de um país de imenso potencial, abençoado com uma natureza exuberante. No liquidificador da produção ideológica, a floresta amazônica, o garimpo de Serra Pelada e a usina hidrelétrica de Itaipu se combinam e remetem ao mesmo significado - a riqueza natural que alavanca o progresso do Brasil.

Sobre este tripé, formado de miscigenação racial, diversidade regional e riquezas naturais, se sustenta boa parte da identidade nacional. Presidencialistas, parlamentaristas e monarquistas*** aderiram a essa visão já formada. Porém, cada uma das três frentes parlamentares emprestou interpretações distintas à imagem da identidade nacional, procurando adequá-la a seus propósitos eleitorais.

A expressão da identidade nacional era perceptível com maior clareza nos jingles publicitários e nos videocliques a eles associados. Repetidos à exaustão durante a campanha, eles funcionam como condensação, em imagens e palavras, dos conteúdos simbólicos.

Os monarquistas enfatizaram os dois primeiros elementos da equação formadora da nacionalidade: miscigenação racial e diversidade regional. Seu jingle foi coberto (exceto um nascer do sol inicial) exclusivamente por closes de brasileiras e brasileiros, de diferentes raças e cores, vestindo uniformes de diversas profissões ou trajes típicos

*** No decorrer deste trabalho, salvo indicação em contrário, o termo "parlamentarista" designará os parlamentaristas republicanos da Frente Parlamentarista Ulysses Guimarães. Os parlamentaristas monárquicos serão citados simplesmente como "monarquistas".

regionais (veiculado pela primeira vez no programa de 3/3). A ênfase dada à heterogeneidade interna era articulada, no discurso monárquico, à necessidade de uma figura aglutinadora - o rei. Foi explorado o caso belga, em que Balduino I uniu valões e flamengos divididos após a II Guerra, evitando uma guerra civil ou a divisão do país (programas de 24 e 25/3).

A unidade do Brasil monárquico, creditada exclusivamente à figura de Pedro I, foi contraposta à divisão da Hispano-América republicana (programa de 15/3). Também se fizeram ouvir previsões catastróficas, de iminente fragmentação do Brasil em caso de permanência da República (programa de 26/3). Assim, embora se movendo dentro do universo simbólico da equação da nacionalidade descrita acima, os monarquistas subvertiam uma de suas decorrências: a idéia de que a coexistência amigável dos diferentes é um traço constitutivo - talvez mesmo o traço constitutivo essencial - do caráter nacional brasileiro. Esse presumido caráter nacional não era visto mais como suficiente para garantir tal convivência, que passava a exigir a encarnação simbólica da unidade da nação na figura do rei.

O fato da heterogeneidade nacional é assim deslocado no discurso monárquico: de alicerce da ideologia da cordialidade do brasileiro passa a elemento constitutivo do mito do rei. Mito, aqui, no sentido soreliano do mito político - "conjuntos de imagens capazes de evocar *em bloco e exclusivamente pela intuição*, antes de qualquer análise refletida, a massa de sentimentos" desejada para a luta política⁵. O conceito é aplicável à figura do rei no programa monarquista. Os problemas nacionais são analisados de uma forma que se pretende racional e refletida, mas a instituição-rei surge como salvadora por ser

⁵ Sorel, Georges, *Refléxions sur la violence*. Paris: Marcel Rivière, 1930, p. 173. Grifo de Sorel.

dotada de atributos (encarnação da unidade e, como se verá depois, imparcialidade) que se fixam a ela de maneira irracional e intuitiva.

Já o clipe do jingle parlamentarista (veiculado pela primeira vez no programa de 1/3) mostrou sobretudo pessoas caminhando nas ruas, intercalando imagens de belezas naturais (vitória-régia, tucano, baía da Guanabara), obras do "gênio brasileiro" (profeta de Aleijadinho, Brasília) e cenas que ilustravam a diversidade nacional (gaúcho dos pampas, barqueiro do Amazonas, homenagem a Iemanjá, índio, capoeira). A diversidade nacional, no caso, era relacionada à diversidade ideológica das lideranças políticas que sustentavam a campanha parlamentarista, expressa em closes de bandeiras do PT, PSDB, PMDB, PFL e PDS⁶. A nação seria a entidade capaz de congregiar todos esses contrários. Segundo a letra do jingle:

Somos tantas cores, tantas crenças
Tão antigas diferenças
Mas, meu Brasil, como eu gosto de você.

A lealdade nacional, inteiramente subjetiva, surge como o traço constitutivo por excelência da própria nacionalidade - de uma forma totalmente congruente com a definição de Benedict Anderson, da nação enquanto "comunidade imaginada"⁷.

O presidencialismo não utilizou jingles, mas pelo menos duas vezes apresentou programas do tipo "ser brasileiro é...". Um deles, bem pouco sutil, apresentava uma sucessão de imagens "típicas" - passistas de escola de samba, futebolistas, nádegas femininas, jogadores de dominó, trabalhadores, passageiros de ônibus, "caras-pintadas" - para expressar

⁶ No decurso da campanha, um plebiscito interno do Partido dos Trabalhadores determinou o apoio ao presidencialismo. Antes, porém, as lideranças petistas mais expressivas, entre elas Luiz Inácio Lula da Silva, já haviam declarado a opção pelo parlamentarismo.

⁷ Anderson, Benedict, *Nação e consciência nacional*. S. Paulo: Ática, 1989, p. 14.

uma "moral" propagandística: "Ser brasileiro é querer diretas sempre" (programa de 11/4).

No outro, o apresentador do programa, o ator Milton Gonçalves, explicava que "ser brasileiro é ter um sentimento único que torna iguais pessoas tão diferentes como, por exemplo, um seringueiro da Amazônia, um operário de São Paulo, um agricultor do centro-oeste ou uma estudante do sul". Imagens e texto, em seguida, mostravam que esse sentimento de irmandade se manifesta em competições esportivas, no carnaval e em mobilizações políticas como as campanhas das diretas-já ou pelo *impeachment* de Collor (programa de 11/3).

Mas o que une esses brasileiros tão diferentes, segundo os presidencialistas, não é apenas esse "sentimento único" ao ver a pátria de chuteiras disputando um campeonato. É também o voto direto para a presidência da República, "único momento em que um brasileiro é igual ao outro", conforme frisou o sociólogo Francisco Weffort, convidado da campanha presidencialista (programa de 30/3). A equação definidora da nação nos programas presidencialistas, mais do que seus adversários, deu peso ao potencial nacional - o que está vinculado, conforme será visto, à sua abordagem da história do Brasil.

Para as três frentes parlamentares e igualmente para o PDT, toda essa heterogeneidade, tão característica do Brasil, é sempre articulada por outros meios que não a política. A diversidade de cores, de trajés, de ocupações, nunca se desdobra numa diversidade de interesses. O passo inaugural da edificação de uma política democrática, conforme assinala Lefort, é "o reconhecimento da legitimidade do conflito na sociedade"⁸. A nacionalidade, ao contrário, remete para a comunidade, para a unidade. "Ser brasileiro" irmana a todos e elimina o conflito. Na

⁸ Cit. in Luiz Roberto Salinas Fortes, "Nota introdutória" a Lefort, Claude, *As formas da história*. S. Paulo: Brasiliense, 1990, p. 11.

campanha eletrônica para o plebiscito, embora a democracia fosse um valor louvado e a participação popular sempre exaltada, a disputa política era tratada com desconfiança.

Isso se manifestou, em primeiro lugar, pelo discurso anti-parlamento adotado nos programas, inclusive pela frente parlamentarista. Os parlamentaristas insistiam que, com a adoção do regime de gabinete, o deputados iriam "trabalhar mais", poderiam perder o mandato a qualquer momento e, sobretudo, teriam "menos poder e mais responsabilidade" (programas de 6/3, 10/3 e 5/4). Com menos ênfase, os monarquistas repetiram esse discurso. Os presidencialistas, ao contrário, apelavam para o senso comum e denunciavam o parlamentarismo como o sistema em que "os deputados elegem o presidente da República" - uma vez que o eventual primeiro-ministro era sumariamente equiparado ao presidente como "aquele que manda no país".

A campanha parlamentarista passou a visão da política como técnica: um mecanismo para promover o bem comum. As disputas partidárias seriam algo menor, disputas sobre os caminhos mais eficazes para alcançar os objetivos nacionais, implicitamente apresentados como não conflitantes. Por isso, era enfatizado o fato de estarem unidas, em torno do parlamentarismo, lideranças políticas do mais diversos matizes ideológicos. Foram veiculados anúncios (de 30 segundos, nos intervalos comerciais das emissoras) em que simplesmente eram recitados nomes de políticos de projeção nacional que abraçavam a campanha parlamentarista.

Essa união era emblematizada na própria dupla de apresentadores do programa, o ator Sérgio Mamberti, figura carimbada das campanhas do PT, e a garota-propaganda malufista Helen Helena. Se lideranças tão díspares se uniam em torno de um só objetivo, diziam os parlamentaristas, é porque a idéia é "muito séria e muito boa para o país" (anúncio veiculado em março). "Meu partido é a razão" foi um dos

slogans da campanha. Nessa política sem conflitos de interesses, o sistema de gabinete seria mais eficiente porque "várias cabeças pensam melhor do que uma" (programa de 2/3), excluída de antemão, é claro, a eventualidade de que as cabeças sigam objetivos divergentes.

Além disso, o parlamentarismo teria a qualidade de exigir um plano de governo, aprovado pelo Congresso, que teria que ser "cumprido à risca" (programa de 12/3). Mais do que as outras frentes parlamentares, os parlamentaristas se apegaram à visão gerencial da administração pública. No parlamentarismo, dizia a apresentadora Helen Helena, "tudo é feito às claras, com plano e planejamento, como numa grande empresa" (programa de 5/3). O primeiro-ministro seria um gerente ou administrador, com qualidades técnicas mais do que políticas (programas de 2/3 e 5/4)!

A leitura presidencialista da amplitude alcançada pela frente parlamentarista era bem diferente. "Quando toda essa gente está de um lado só, isso não pode ser bom para o povo", insistiu o programa do PDT (programa de 17/3). Se para os parlamentaristas a política era uma técnica para desenvolver o país, para os presidencialistas os políticos eram os adversários do povo, este sim dotado de uma vontade una. Essa vontade do povo, que os políticos - isto é, os deputados - buscavam abafar, era encarnada num líder, o presidente da República. Toda a retórica presidencialista exaltava a participação popular: a alternativa apresentada pelo plebiscito seria a permanência da participação do povo (nas eleições diretas para presidente) ou a procuração para "os deputados escolherem" (programa do PDT de 5/3).

Durante a campanha a frente presidencialista utilizou frases do tipo "elegemos o Collor - erramos, tá bom, mas ganhamos experiência" e podemos tentar de novo (programa de 7/4). Era uma forma de subverter o discurso da eficácia do parlamentarismo, transformado assim num discurso contra a ineficácia da democracia; implicitamente, colocavam

na boca das lideranças parlamentaristas a acusação: "o povo não sabe votar". Contra esse pretensível discurso parlamentarista se ergueu toda a campanha do presidencialismo, na defesa da participação popular contra os golpes dos políticos. "Não abro mão de meu voto", prometiam os apresentadores, num tom de voz sempre indignado (programa de 1/3). Também alertavam, com ironia: "O parlamento, de que tanto falam, nada mais é que o Congresso" (programa de 19/3).

Mas, no fim das contas, a participação pregada pelos presidencialistas se resumia ao voto direto para os cargos executivos: era delegação. O povo participa, mas apenas para escolher o líder, o chefe, "aquele que manda", que recebe o poder para agir em seu nome. A existência de uma cadeia hierárquica claramente definida era um valor exaltado pelos presidencialistas, um valor perseguido universalmente: "Não é só um país que precisa de liderança. Uma casa, uma escola, mesmo uma empresa grande ou pequena, só pode dar certo, prosperar, quando existe comando" (programa de 3/3).

Os monarquistas partiam de um ponto de vista singular, a ótica do poder moderador. Trata-se de uma das idéias mais caras ao pensamento autoritário nacional. Ligeiramente adaptada - com as forças armadas no lugar do monarca - serviu como legitimação à ditadura militar implantada em 1964. Com exército ou com rei, está embutida no conceito desse quarto poder a idéia de que a nação é uma entidade que possui interesses próprios, dissociados dos interesses dos indivíduos que a compõem. Os mecanismos democráticos não são capazes de aferir esses interesses nacionais. O detentor do poder moderador, porém, identificado sobrenaturalmente com a nação, é o guardião natural de sua vontade.

A política é vista, aqui, como algo que se opõe à nação. O rei pode encarná-la justamente porque está - por definição - acima das paixões partidárias. A virtude da imparcialidade é parte integrante do

mito do rei. Segundo Gastão Reis, convidado do programa monarquista, o presidencialismo é como um "jogo de futebol sem juiz"; no parlamentarismo republicano, o juiz está "comprometido com um time". Apenas o rei é "isento e imparcial" (programa de 3/3). Dotado do poder moderador, está apto a intervir quando o jogo político sai dos limites convenientes. Outra metáfora, utilizada por Fernando Bolzoni, o jovem presidente do Movimento Parlamentarista Monárquico gaúcho, faz do rei que reina mas não governa "um extintor de incêndio pendurado na parede", decorativo enquanto a casa não pega fogo (programa de 26/3). Mas necessário para apagar os incêndios políticos e sociais com o esguicho de sua autoridade moral.

Uma autoridade propriamente paterna, seguindo a tradicional analogia entre nação (pátria) e família. O rei é naturalmente o "pai" da nação⁹, ainda mais que, como dizia o "príncipe imperial" Alberto, ele é o "dono da casa", enquanto o presidente não passa de um "inquilino" (programa de 13/4). A ênfase, aqui, é dada aos valores da continuidade, próprios da monarquia, contrapostos às incertezas do inquilinato e da República: criar um "novo país, que não se preocupe apenas com a próxima eleição, mas acima de tudo com a nova geração" (programa de 19/4). Novamente, a política competitiva é vista como foco de incertezas.

No rei se encarnam *obrigatoriamente* virtudes que os políticos não podem possuir senão de modo incompleto. O programa monarquista apresentava uma sucessão de montagens de fotos de presidentes brasileiros - pedaços de rostos de vários presidentes se combinando - acompanhada de um texto que enfatizava que nunca um plebeu escolhido pelo voto poderia reunir todas as qualidades exigidas pelo cargo:

⁹ Um programa exaltou explicitamente as "mães da Pátria", as rainhas, enfocando mulheres como Isabel de Espanha, Catarina da Rússia e Vitória da Inglaterra (programa de 2/4).

Você quer um presidente que não tome partido a favor dos amigos, que não seja comprometido com os interesses econômicos que pagaram sua eleição, que não possa nomear parentes para empregos públicos, que não gaste o dinheiro da nação em obras caras e desnecessárias, que não aumente impostos para cobrir os gastos excessivos do governo. Um presidente que não tenha superpoderes e sim a grandeza de exercer um poder moderador, defendendo o povo dos maus governantes. Você quer um presidente que seja preparado para o cargo, que a nação acompanhe a formação dele passo a passo, sabendo que um dia ele será o seu chefe de Estado. Então, desculpe, mas você não quer um presidente: você quer um rei (anúncio veiculado em fevereiro e março).

A política é o fator desestabilizador, perigoso, contra o qual convém possuir uma defesa. "As crises de governo passam, mas o povo - você - fica no poder através do seu rei", dizia a atriz Cissa Guimarães num comercial da campanha (veiculado em março). A estabilidade, garantida pela permanência vitalícia do rei e pela sucessão natural por linha hereditária, surge como o principal valor a ser perseguido na esfera política.

II - A PRINCESA DAS ROSQUINHAS

O apelo feito à história traz embutido, muitas vezes, um apelo à tradição. Invocar a tradição é extrair do passado uma força legitimadora. Se não eram necessariamente "inventadas", no sentido que Hobsbawm empresta ao termo¹⁰, as tradições mobilizadas pelas frentes parlamentares na campanha para o plebiscito cumpriam ao menos a tarefa de remover do histórico seu caráter processual. Não apresentando-o diretamente como "natureza" - algo inviável no caso brasileiro, em que a origem da nação é relativamente recente, podendo recuar, no máximo, até a conquista portuguesa em 1500. A reivindicação da tradição assumia sobretudo a feição de uma *história desistoricizada*: o fotograma de um passado congelado, abstraído de qualquer dinâmica.

¹⁰ Ver Hobsbawm, Eric, "Introdução" a Hobsbawm e T. Ranger (orgs.), *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984, pp. 9-23.

Instituições nascidas de processos históricos - tais quais a monarquia ou o presidencialismo - eram apresentadas como integrantes de um "caráter nacional" formado pela história, mas emancipado dela. Tal emancipação conferia a esse caráter sua atemporalidade e imutabilidade. Parecia, enfim, que a formação da nacionalidade fora o objetivo que determinara o curso histórico. Uma história que se fez, mas que não se faz mais: resta decidir apenas onde deve parar o relógio, se na saudosa época do bondoso Pedro II ou nos rissonhos tempos do ativo JK.

A autoridade da tradição se contrapõe à valorização do moderno ou do novo. São valores antitéticos, um apontando para a permanência do passado, outro para sua superação. A coexistência do tradicional e do moderno - enquanto *valores* - é às vezes tensa, às vezes cooperativa. Tradição e modernidade podem se enfrentar, disputando o mesmo espaço, ou podem se complementar, cobrindo áreas diferentes. O discurso publicitário exemplifica essa complementaridade cotidianamente: via de regra, o produto deve ser novo, se possível *revolucionário*, mas a empresa deve ser tradicional (= sólida).

A campanha da frente parlamentarista apostou na "modernidade". A opção pela "tradição", de fato, estava bloqueada desde o começo, dada a curta duração da experiência de parlamentarismo republicano no Brasil. O regime de gabinete representaria o novo, o avançado, o moderno, em contraposição ao ultrapassado regime presidencialista - um sistema "velho, superado", incapaz de fazer frente aos desafios de nossa época (programa de 2/3). O pólo positivo do "antigo", que é a tradição, era deslocado pelo pólo negativo, a velhice ou a obsolescência.

O discurso presidencialista procedeu à operação inversa, desqualificando a novidade enquanto "aposta no desconhecido" e enfatizando o papel da tradição. O regime presidencialista, dizia o apresentador Milton Gonçalves, "combina mais com o Brasil, está mais de acordo com as nossas tradições, tem mais o nosso jeito, tem tudo a ver

com a história do nosso Brasil" (programa de 1/3). E pontificava: "O sistema de governo de um país tem que fazer parte de sua história" (programa de 3/3). Entrevistado no programa, o governador baiano Antônio Carlos Magalhães concluía: o presidencialismo "é o regime que está no coração e na índole do povo brasileiro" (programa de 14/4). A referência psicologizante à "índole" é significativa. Afinal, o caráter nacional escapa à história justamente quando consegue refúgio na alma de um povo...

Da mesma forma, a defesa do direito de eleger o presidente da República pelo voto direto faria parte da *tradição de luta* do povo brasileiro (programa de 9/3). O voto no presidencialismo se afirmava, assim, como um voto conservador, orientado à manutenção de algo visto como tradicional.

A campanha dos monarquistas também quis se beneficiar da autoridade da tradição. Em vez de conservador, o discurso monarquista era propriamente restaurador. Apelava para uma tradição mais antiga que a presidencialista, que ficava relegada então à posição de "usurpadora". Essa tradição "mais tradicional" porque anterior, monárquica, permaneceria dominante no inconsciente coletivo brasileiro. Uma leitura "antropológica", veiculada nos programas monarquistas por intelectuais como Otávio Velho, fazia de cada padaria chamada "A Princesa das Rosquinhas" uma recordação atávica do Império. Títulos de "rei do futebol" ou "rainha dos baixinhos" também refletiriam o apego popular à monarquia (programa de 9/3).

Até mesmo o carnaval, segundo Otávio Velho, seria simplesmente uma festa de exaltação à monarquia, pois "o nosso povo vai para a rua se vestir de rei ou de rainha" (programa de 9/3). É uma visão que demonstra desconhecimento da *história* da festa popular. O carnaval medieval se instituía enquanto paródia e criava reis de bufonaria para subverter a ordem hierárquica vigente:

o carnaval era o triunfo de uma espécie de liberação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus. Era a autêntica festa do tempo, *a do futuro*, das alternâncias e renovações. *Opunha-se a toda perpetuação*, a todo aperfeiçoamento e regulamentação, apontava para um futuro ainda incompleto¹¹.

Mas, ao mesmo tempo em que invocavam uma tradição mais antiga (e portanto mais autêntica), de alguma maneira ainda presente na alma nacional, os monarquistas a apresentavam como a verdadeira modernidade. Ambicionando desfrutar do melhor de dois mundos, eles quiseram combinar na realeza os pólos positivos dos dois valores antitéticos. O tradicional era expressado através da exaltação da monarquia brasileira do século XIX, conforme será visto a seguir. Mas era necessário evitar a associação da realeza com o antiquado. A contemporaneidade surgia das imagens das "modernas monarquias" européias (e japonesa), protagonistas de vários programas de televisão (programas de 4/3, 5/3, 6/3, 17/3, 24/3, 25/3, 29/3 e 5/4). Sempre eram colocadas em evidência cenas do aparato *high-tech* produzido nesses países.

"Antigo sim, ultrapassado não", dizia o líder da ala jovem do Movimento Parlamentarista Monárquico, o estudante Christian Lynch, afirmando que a antiguidade das monarquias apenas sinalizava sua flexibilidade (programa de 9/3). Marcos Veneu, pesquisador da Casa de Rui Barbosa convidado ao programa, acrescentava que a monarquia é adequada mesmo a um país "pós-moderno": "Não é saudosismo, é o valor positivo da tradição. É aproveitar o melhor do passado para construir o futuro" (programa de 12/3).

¹¹ Bakhtin, M., *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*. S. Paulo: Hucitec; Brasília: Editora da UnB, 1987, pp. 8-9. Grifos meus.

O jingle da campanha monarquista expressava de maneira lapidar a proposta de vender a realeza como a combinação, na justa medida, do antigo e do novo:

Com modernidade
A melhor tradição

Mas, ao mesmo tempo, a Austrália era citada como exemplo de que uma monarquia não precisa de "tradições milenares" (programa de 11/3) - nunca fazendo referência ao fato de que não há na Austrália uma monarquia nacional, e sim uma solução de compromisso com a antiga metrópole.

Tampouco era acidental o clima de "descontração" imperante nos programas monarquistas. O trio de apresentadores - os atores Hugo Carvana e Cissa Guimarães e a animadora de TV Gilse Campos - aparentava bater papo informalmente frente às câmeras, com muitas risadas e caretas. Carvana aparecia tomando chope na beira da praia (anúncio veiculado em fevereiro e março), Gilse Campos fazia questão de segurar no braço de todos os entrevistados do programa, um gesto de intimidade copiado do humorista Jô Soares. Tudo procurando evitar a associação entre o moderno regime monárquico e as antiquadas "pompa e circunstância".

Vários programas enfocaram os "príncipes" da família "imperial" brasileira, enfatizando seu lado de "pessoas tão comuns, tão ligadas ao povo" (programa de 11/4; também em 13/4). Outro mostrou a rainha Margarete III, da Dinamarca, vivendo uma vida de classe-média (programa de 5/4). Mais do que em qualquer outra imagem ou discurso, porém, a ambicionada união entre tradição e modernidade - o tradicional que se renova - era simbolizada na vinheta dos programas monarquistas. Sobre um fundo azul (eventualmente vermelho), uma velha coroa dourada se estilizava e adquiria um *design* moderno. Tudo o que os monarquistas quiseram dizer, em quase 60 dias de campanha, estava

nessa imagem de poucos segundos: a tradição que se moderniza sem solução de continuidade.

III - ABRE AS CORTINAS DO PASSADO

Já se tornou quase lugar-comum lembrar que não existe uma história neutra, que o simples recorte dos fatos históricos implica uma tomada de posição. A fixação de uma certa "história oficial" revela a formação de uma hegemonia na sociedade; a reinterpretação da história faz parte da luta política, é um dos aspectos daquela disputa pela formação de significados de que falava Murray Edelman.

Discutindo especificamente o papel da "memória coletiva", Le Goff assinala que ela é

posta em jogo de forma importante na luta das forças sociais pelo poder. Tornar-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas. Os esquecimentos e os silêncios da história são reveladores desses mecanismos de manipulação da memória colectiva¹².

Um objetivo relevante para a luta política é, portanto, o controle do que Le Goff chama de memória coletiva - "essencialmente mítica, deformada, anacrônica, mas [que] constitui o vivido desta relação nunca acabada entre o presente e o passado"¹³ - distinta da "história dos historiadores". Esta última seria científica e ambicionaria a objetividade, embora não se possa dizer neutra.

Uma memória coletiva nacional é promovida pelos Estados sob a forma de *história oficial*. Assumindo a aparência científica da "história dos historiadores", ela convoca "todos os membros de uma sociedade, apesar da diversidade de suas situações e dos respectivos pontos de vista,

¹² Le Goff, Jacques, "Memória", in *Enciclopédia Einaudi* vol. 1. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1984, p. 13.

¹³ Le Goff, J., "História", in *Enciclopédia Einaudi* vol. 1, cit., p. 166.

a estarem unidos num passado coletivo"¹⁴. O veículo essencial da difusão desta memória coletiva nacional, nas sociedades contemporâneas, é a escola. A intermediação institucional da escola tende a ocupar um papel preponderante sobre outros meios de transferência do conhecimento histórico, que repousam nas memórias individuais.

Desta maneira, a história escolar oficial forneceria uma narrativa-base para a memória coletiva. Essa base se torna tênue e incompleta em países como o Brasil, de escolarização precária - uma precariedade que diz respeito tanto à insuficiente cobertura escolar quanto à ineficácia da escola em sua tarefa específica de socialização de conhecimentos. O papel da escola na construção de uma memória coletiva nacional não será suprido satisfatoriamente por outros instrumentos, como os meios de comunicação de massa, que apresentam imagens apenas fragmentárias da história.

Este é o dado inicial relevante da discussão sobre a história na campanha para o plebiscito do dia 21 de abril: as frentes parlamentares *reinventaram* a história do Brasil para seus eleitores. Não bastava remeter e reinterpretar uma presumida narrativa histórica prévia. Era necessário construir toda a narrativa, escolhendo fatos e enfoques num delicado jogo de armar de ênfases e omissões.

As batalhas travadas no passado retrocederam até os tempos da Colônia. Disputou-se a figura de Tiradentes. Trata-se do maior herói nacional, um dos poucos capazes de despertarem sentimentos de lealdade cívica. O mito de Tiradentes, criado com êxito pelos republicanos de 1889¹⁵, foi reaproveitado pelos republicanos de 1993. Os presidencialistas enfatizavam que a Inconfidência Mineira projetava

¹⁴ Watchel, Nathan, "Introduction", in *History and Anthropology* v. 2. London, 1986, p. 217.

¹⁵ Ver Carvalho, José Murilo de, *A formação das almas*. S. Paulo: Companhia das Letras, 1990, pp. 55-73.

implantar a República no Brasil e que Tiradentes fora levado à força pela *monarquia* de Portugal. No dizer do apresentador Milton Gonçalves, Tiradentes simbolizava "a antiga luta do povo pelo direito de escolher seus governantes" (programa de 4/3).

Menos sutis que seus antecessores do final do século passado, os presidencialistas não apenas veiculavam simbolicamente o paralelismo entre Tiradentes e o Cristo, como o enfatizavam explicitamente (programa de 9/4). Aproveitando o fato do plebiscito estar marcado para o 21 de abril, dia dedicado ao mártir, o PDT veiculava uma enquete de rua em que os populares articulavam frases do tipo "votar na monarquia é enforcar ele de novo" (programa de 8/4). O chefe Leonel Brizola também denunciava: "Votar na monarquia é um escárnio à memória de Tiradentes" (programa de 24/3).

Os realistas sentiram o golpe e procuraram revidar. Na leitura monarquista, Tiradentes deixa de ser o mártir da República para ser o mártir da independência do Brasil; torna-se o predecessor de Pedro I (programa de 14/4). O programa da monarquia enuncia uma "lei" histórica: toda causa tem um mártir, que se sacrifica sem logrã-la, e em seguida um herói, que a realiza. Assim, Pedro I estaria para Tiradentes da mesma maneira que a princesa Isabel estaria para Zumbi dos Palmares (programa de 18/4). Se a luta pela independência perde a centralidade na leitura presidencialista, no programa monarquista são omitidas as convicções republicanas dos inconfidentes.

Em vez de investir contra o símbolo-Tiradentes, com toda razão reivindicado pelos republicanos, que o criaram, os monarquistas buscaram cooptá-lo - e associá-lo a outro símbolo, Pedro I, eminentemente monárquico. Porém, Tiradentes representou um reforço de autoridade para os republicanos por ser um símbolo da *nacionalidade* que socorre suas posições. Pedro I, portanto, não poderia aparecer como o mero estandarte de uma facção. E o programa da realeza julgou

necessário exibir um longo trecho de um discurso já velho de Leonel Brizola, em que o chefe do PDT faz o elogio do primeiro imperador do Brasil (programa de 18/4). O conteúdo antiimperialista do discurso de Brizola é deslocado; resta o elogio de um republicano a um símbolo da monarquia.

Mais do que seus adversários, os monarquistas investiram na reinvenção da história. A maior parte de seus programas foi dedicada ao passado do Brasil ou então à história de outros países monárquicos. Na história do império brasileiro, a ênfase era dada ao Segundo Reinado - uma vez que o autoritarismo de Pedro I e as turbulências do período regencial não seriam convenientes para a propaganda. Pedro I era o herói da independência, mas o imperador era Pedro II, figura paternal, bondoso e culto, respeitado no exterior.

O discurso monarquista sobre o Segundo Reinado criava uma era de equilíbrio e prosperidade, em que "estávamos na vanguarda da história" e "fazíamos parte do primeiro mundo" (programas de 1/3 e 7/3). Dom Alberto, "príncipe" da casa "imperial" brasileira, lembrava que na monarquia o direito de voto era estendido aos analfabetos - mas esquecia que as eleições para os cargos legislativos eram indiretas e o voto, censitário, exigindo posses crescentes para votantes, eleitores (votantes do colégio eleitoral) e candidatos (programa de 17/4). O Segundo Reinado encarnaria concretamente as virtudes que a propaganda monarquista requeria para sua forma de governo: a conciliação entre a tradição e a modernidade.

A técnica dos monarquistas era contrapor um problema contemporâneo a uma única ação isolada de Pedro II, que representaria toda uma preocupação governamental com a questão. Por exemplo, a crise do ensino público foi contrastada a uma atitude do imperador, logo após o final da guerra do Paraguai, quando preferiu que seus áulicos construíssem uma escola em vez de encomendarem uma estátua

comemorativa (programa de 19/3). Ou então o reflorestamento da mata da Tijuca, no Rio, determinado por Pedro II, era apresentado como indicador de uma visionária perspectiva ecológica e oposto à situação atual, de desmatamento e poluição (programa de 27/3). Em nenhum momento, porém, eram apresentados números referentes à escolarização no Império ou indícios de políticas governamentais de preservação ambiental.

A iniciativa isolada era exaltada como prova de lucidez, uma lucidez corporificada no monarca. O mito do rei ganha aqui mais um elemento: a sabedoria. As ações do velho imperador não atestariam as virtudes de Pedro II. Ao contrário, Pedro II era a comprovação das qualidades intrínsecas à categoria genérica "rei".

Uma visão mais panorâmica da vida econômica e social do Império, ausente do programa monarquista, foi fornecida no programa do presidencialismo - evidentemente, apresentando uma face negativa. A frente presidencialista buscou desmontar a mitografia monarquista, enfatizando a estagnação política e econômica vigente durante todo o Império. Para o economista João Manuel Cardoso de Melo, a monarquia "foi um desastre. Dom Pedro II reinou por 40 anos e não fundou uma escola. A monarquia bloqueou todo o nosso desenvolvimento econômico" (programa de 30/3). A repórter do programa presidencialista, Patrícia Pousa, investia contra o mito de um Segundo Reinado democrático afirmando, pura e simplesmente, que na monarquia não havia direito ao voto (programa de 22/3).

Entre as chagas do Império estava, é claro, a escravatura. Um negro ouvido numa enquete do PDT se dizia anti-monarquista porque "vão querer colocar a gente como escravos de novo" (programa de 10/4). Os monarquistas, conscientes de que tinham aí um flanco para ataques dos adversários, tentaram desde o começo angariar os méritos da abolição. Aproveitando a época carnavalesca, transmitiram nos primeiros

dias de campanha um anúncio estrelado pela sambista dona Neuma da Mangueira, que fazia profissão de fé monarquista:

Graças à princesa Isabel e a dom Pedro II, eu nasci livre, livre igual a você, livre para levar a Mangueira, a minha escola de samba, a ser a rainha do carnaval. Por isso, no plebiscito do próximo dia 21 de abril, eu vou votar no rei (anúncio veiculado em fevereiro).

Na versão do programa monarquista, a família real brasileira sempre foi a mais acerba adversária da escravidão (programa de 18/4). Pedro I "recusava-se a andar de liteira" e teria um projeto para a libertação dos escravos, que só não pôs em prática porque foi barrado pelo parlamento conservador. Este "abolicionista", entretanto, manteve seus cativos, pois coube a seu filho Pedro II a glória de alforriar os escravos da família imperial. E Isabel, finalmente, concedeu aos negros a liberdade tão ansiada: "libertou uma raça, mas perdeu o trono" (programa de 31/3). Historiadores como José Murilo de Carvalho foram mobilizados em defesa desta tese, que estabelecia uma relação simples de causa e efeito entre a abolição da escravatura e o fim do Império do Brasil (programa de 31/3).

Enquanto isso, a República brasileira deixaria seus cidadãos numa nova escravidão, da miséria e da fome (programa de 12/4). O termo "escravidão" é esvaziado de seu sentido preciso, designador de uma modalidade histórica de relações de trabalho que, no Brasil, só existiu legalmente na Colônia e no Império. Torna-se uma figura de retórica.

A quartelada de 1889, que deu origem à República, e o golpe militar de 1964 eram igualados dentro do programa monarquista. Ambos sinalizavam para uma vida republicana feita de arbitrariedades e instabilidade. A proclamação da República, segundo o locutor monarquista (enquanto a tela mostrava imagens de conflitos de rua em 1968),

é o início de uma era que, 103 anos depois, pode ser descrita como uma enorme sucessão de desastres para o país. Este é o verdadeiro retrato dos desmandos da República: doze estados de sítios, 17 atos institucionais, seis dissoluções do Congresso, três renúncias presidenciais, 19 rebeliões militares, três presidentes impedidos de tomar posse, quatro presidentes depostos, sete constituições diferentes, dois longos períodos de ditadura, nove governos autoritários e um sem-número de cassações, banimentos, exílios, torturas, intervenções violentas em sindicatos e universidades, censuras à imprensa e muitas outras arbitrariedades (programa de 1/3).

O jurista Célio Borja, apresentado como ex-ministro (mas nunca como ex-ministro *de Collor*), aparecia num gabinete de trabalho, emoldurado por objetos de arte e uma farta biblioteca. Em tom professoral, lembrava sua "experiência de vida pública" para sustentar que na República era constante a "interrupção violenta da ordem legal" (anúncio veiculado em fevereiro e março; programa de 8/3). Borja tinha autoridade para falar, pois servira a um regime de exceção durante 20 anos - como, aliás, outro destaque do programa monarquista, o também ex-ministro Mário Henrique Simonsen. Qualquer conexão entre a biografia dos convidados ilustres e a versão de história do Brasil veiculada, porém, era vedada, não só pelos monarquistas como por seus adversários.

O programa da realeza denunciava a "história oficial" republicana, que esconderia os desmandos do regime; a campanha para o plebiscito estaria informando os eleitores-espectadores ao desmascarar essa "história oficial" (programa de 8/4). A "história que os livros republicanos não gostam de contar" incluía massacres em Canudos e no Contestado, bem como a ditadura de 64 (programa de 16/4). A adesão aos mitos da história oficial, no entanto, era completa, desde que eles fossem favoráveis à monarquia: por exemplo, a guerra do Paraguai, despida de suas conotações sub-imperialistas e genocidas, era apresentada como a resposta da nacionalidade às agressões do ditador Solano López (programa de 19/3).

Também os parlamentaristas debitavam os 21 anos de ditadura militar na conta do regime presidencialista (programas de 6/3 e 11/3). Os presidencialistas, porém, mais do que com uma fórmula constitucional de separação dos poderes, se identificavam com as eleições diretas para presidente. Por isso, descartavam a associação com os governos autoritários: "Ditadura não é parlamentarista nem presidencialista. Ditadura é ditadura" (programa de 22/3).

Com pouca coisa para pescar no passado do Brasil, os parlamentaristas ensaiaram uma defesa da experiência de 1961-62. Enfatizavam que os poucos meses de sistema de gabinete haviam garantido conquistas sociais para os trabalhadores, como salário-família e décimo-terceiro salário, e ampliado o poder aquisitivo do salário mínimo: "Nunca o povo conquistou tantas coisas em tão pouco tempo" (programa de 18/3). Um parlamentarismo completamente diferente, feito de caos político e social, era apresentado pela frente presidencialista como o resultado da experiência de 1961-62. Descontextualizado, o plebiscito de 1963 era evocado como prova de que "o povo brasileiro já experimentou o parlamentarismo e não gostou" (programa de 5/3).

O exemplo positivo que os presidencialistas colhiam no passado era a gestão de Juscelino Kubitschek - um líder que "tinha nas mãos a força do presidencialismo". O apresentador Milton Gonçalves perguntava:

Você já pensou se a cada ato, a cada ação, a cada novo prédio, o presidente Juscelino tivesse que consultar dezenas de pessoas? Será que ele tinha conseguido realizar tudo o que realizou? (programa de 2/3).

A era JK combinava bem com o tom do programa presidencialista. Ele adotou uma postura desenvolvimentista, que se manifestou numa constante reafirmação do potencial nacional. "Somos grandes apesar da crise" foi a mensagem de programas voltados a apresentar a pujança e a diversidade do parque industrial brasileiro, a

força da agricultura, o talento de nossos trabalhadores (programas de 2/4, 7/4 e 17/4). O presidencialismo iria "provar que o Brasil tem um grande destino" (programa de 25/3), garantindo "o país que sonhamos e que estamos construindo em mais de cem anos de República presidencialista" (programa de 11/3). Defendendo um voto de manutenção - da forma e do sistema de governo vigentes - a frente presidencialista se viu constrangida a apresentar uma visão mais positiva da realidade presente.

Os parlamentaristas investiram exatamente no contrário, associando as mazelas nacionais ao sistema de governo em vigor. A partir do programa de 24 de março, o mote "presidencialismo é isso: fome, miséria, humilhação" encerrava reportagens sobre meninos de rua, saques a supermercados, desemprego, velhice desamparada, fome crônica, déficit habitacional. Nas palavras amedrontadoras da apresentadora Helen Helena, "o nó da força presidencialista aperta cada vez mais ao redor do seu pescoço e vai asfixiar dentro de pouco tempo" (programa de 18/3).

Se os monarquistas extraíam seu modelo do passado (o Segundo Reinado) e os presidencialistas estavam de alguma forma comprometidos com o presente, a frente parlamentarista lançou-se em direção ao futuro. O apresentador Sérgio Mamberti perguntava: "Você já reparou que, no programa deles, só se fala do passado? O povo quer saber também do futuro" (programa de 10/3). Às imagens da fome, miséria e humilhação presidencialistas eram contrapostas antevisões do futuro parlamentarista, em que a fiscalização mútua dos congressistas, as várias cabeças pensando melhor do que uma e o plano de governo cumprido à risca garantiriam alimento, prosperidade e dignidade para todos.

No dizer do governador paulista Luiz Antônio Fleury Filho,

jogar essa oportunidade fora [a adoção do parlamentarismo] é rasgar o bilhete premiado que a história nos deu. Nesse momento histórico o povo brasileiro pode tudo, nós podemos tudo. Se nós quisermos, podemos voltar ao passado e eleger um rei. Se quisermos também, podemos votar no

presidencialismo e dar uma nova chance a quem não merece de jeito nenhum. Mas podemos também olhar para frente, olhar para o futuro, e votar parlamentarismo (programa de 12/4).

Os parlamentaristas enfatizaram esse aspecto de "oportunidade histórica", sintetizando-o no slogan "Ou o Brasil muda agora, ou não muda nunca mais".

De forma previsível, os presidencialistas exploraram a campanha das diretas-já, de 1984, dentro do programa eleitoral. A campanha adquiriu, no discurso presidencialista, uma dimensão simbólica muito forte. Era apresentada como o momento-chave da vida da nação, a ocasião em que um povo-em-si se transformou em povo-para-si tomando consciência da própria cidadania, o ponto culminante de uma caminhada que passava pelas manifestações estudantis em 1968, pela campanha da anistia em 1979, pelas greves do ABC em 1980, e prosseguia nas manifestações pró-*impeachment* (programa de 9/3). A redescoberta da nacionalidade, nunca era demais frisar, ocorria em torno da defesa do direito de eleger diretamente "quem manda no país" (anúncio veiculado em fevereiro).

Por isso, a campanha do presidencialismo era apresentada como a continuação histórica das diretas-já. Conforme frisava o apresentador Milton Gonçalves, "agora é a vez de nos unirmos para pedir diretas sempre" (programa de 1/3). "Diretas sempre", aliás, foi o slogan presidencialista. Tudo se passava como se o plebiscito fosse um golpe destinado a retirar do povo brasileiro, mais uma vez, o "sagrado direito" de escolher seu governante máximo. Num anúncio transmitido nos primeiros dias de campanha, o PDT alertava, pela voz do ator José Wilker: "Aproveitamos o carnaval para lembrar que, se o golpe do parlamentarismo der certo, o seu voto vai sambar" (anúncio veiculado em fevereiro). Através da identificação com a campanha das diretas-já, os presidencialistas se podiam colocar na posição de guardiões da democracia contra um eventual retrocesso autoritário.

A campanha das diretas-já foi um trunfo nas mãos dos presidencialistas - acuados, os parlamentaristas procuravam garantir que manteriam eleições diretas para presidente, embora não pudessem se referir "àquele que manda no país". Outro trunfo foi a campanha pelo *impeachment* do presidente Fernando Collor. Houve uma profusão de caras-pintadas na propaganda para o plebiscito, da adolescente que afirmava que "quando a monarquia voltar ao Brasil, a gente vai pintar a cara para comemorar" (anúncio veiculado em fevereiro) ao presidente da União Nacional dos Estudantes, Lindbergh Farias, que emprestou apoio aos parlamentaristas (programas de 17/3 e 31/3).

Mas foram os presidencialistas que ganharam pontos com o *impeachment*, mistificando-o na frase "no presidencialismo é assim: a gente elege mas, se precisar, a gente tira o presidente" (programa de 1/3). A idéia de que o povo elege e derruba presidentes, à vontade, era também a campeã das enquetes de rua do programa presidencialista (programas de 12/3, 20/3, 4/4 e 18/4; programas do PDT de 1/3, 5/3 e 13/4). A participação, valor defendido pela campanha presidencialista, que logo se resume à delegação, assume sua forma acabada na idéia do mandato imperativo. Longe de debilitar o presidencialismo, dada a divulgação das falcatruas do "Brasil novo", o *impeachment* de Collor contribuiu para aliviá-lo de um de seus deméritos, o mandato fixo do chefe de governo.

Os parlamentaristas procuraram desfazer esse equívoco, colocando líderes do *impeachment* - notadamente o presidente da Câmara, deputado Ibsen Pinheiro; o presidente da CPI, deputado Benito Gama; e o relator da CPI, senador Amir Lando - para explicarem as dificuldades do processo e realçarem sua excepcionalidade (programa de 25/3). Reforçavam, também, a intermediação do Congresso entre a pressão popular e o impedimento do presidente. Essa leitura institucional

do *impeachment*, no entanto, mostrou-se ineficaz para fazer frente à leitura voluntarista da campanha do presidencialismo.

CONCLUSÃO

Não cabe a este artigo dizer quem "ganhou" as batalhas travadas a respeito da história do Brasil ao longo da campanha para o plebiscito; importante é perceber que elas ocorreram e que, num país dito "sem memória", fatos ocorridos há mais de duzentos anos estiveram no centro de um debate eleitoral. O presidencialismo venceu o plebiscito com larga vantagem, o que é no mínimo um indício de que sua publicidade foi mais convincente. Vale observar que a campanha presidencialista correu *a favor* do senso comum, que encara com desconfiança o Congresso Nacional e vê na eleição direta para presidente da República o ápice do regime democrático. Parlamentaristas republicanos ou monárquicos lutavam contra a corrente. A expressão "pense nisso", que encerrava muitos dos programas parlamentaristas e era usada com alguma regularidade pelos monarquistas, é emblemática da situação. Para os presidencialistas não havia necessidade de pensar em nada; as "verdades" de sua campanha se impunham antes de qualquer reflexão.

Correr a favor do senso comum é uma vantagem nada desprezível. Edelman assinala a diferente valoração atribuída à originalidade nas artes e na luta política:

Na política ...a condição essencial para o sucesso é o suporte ou aquiescência de uma parte substancial do público, mais do que apenas uma minoria de vanguarda. A aprovação de uma minoria que simboliza extremismo, vanguardismo ou uma perspectiva original que desafia ideologias convencionais torna-se um beijo da morte, mais que um sinal de criatividade. Para manter suporte e aquiescência adequados, aspirantes à liderança política e à aceitação social devem escolher dentro de um elenco restrito de textos banais¹⁶.

¹⁶ Edelman, *loc. cit.*, p. 15.

A proposta da frente parlamentarista pareceu complicada para o telespectador brasileiro. Essa incapacidade de comunicação ficou manifesta na súplica da apresentadora Helen Helena: "Mesmo que você não esteja entendendo muito bem como funciona o parlamentarismo, dê [a ele] uma oportunidade" (programa de 19/3).

O eleitor-telespectador pôde escolher entre um Império de "primeiro mundo", feito de estabilidade, progresso e abolição, e outro estagnado, retrógrado e escravagista; entre uma República feita de desenvolvimento econômico acelerado e de conquistas democráticas e sociais e outra, feita de arbitrariedade, censura à imprensa e empobrecimento da população; entre um *impeachment* que mostrava o fracasso do presidencialismo e outro que trazia embutida a promessa de sua regeneração.

PARLAMENTARISMO	PRESIDENCIALISMO	MONARQUIA
futuro	presente	passado
eficácia	participação	estabilidade
modernidade	tradição	modernidade = tradição
conselho	líder	pai
fiscalização	delegação	identificação
plano de trabalho	capacidade de iniciativa	supervisão
empresa	empresa	família
mudar	desenvolver	retornar
política como técnica	política vs. povo	política vs. nação
Ulysses Guimarães	JK	Pedro II
súplica	indignação	intimidade

Inseridas nestas escolhas, porém, estavam outras, referentes a valores políticos. O quadro acima sintetiza, de forma necessariamente esquemática e simplificada, algumas dessas alternativas. Existem contradições gritantes no interior de cada coluna da tabela, mas elas devem ser creditadas às próprias frentes parlamentares, mais do que ao observador. Durante a campanha, a história do Brasil foi o grande veículo através do qual essas questões foram debatidas.

Uma linha do quadro merece destaque: a que confronta "eficácia", "participação" e "estabilidade". Foram as grandes virtudes postas em disputa pelas frentes parlamentares. Por esta leitura, o triunfo do presidencialismo representou uma vitória da participação como principal valor a ser perseguido na arena política, mesmo com as incertezas e os déficits de eficácia dela decorrentes. Não interessa aqui julgar se o presidencialismo é, de fato, o sistema mais capacitado para promover a participação popular, nem condenar como mistificadora sua propaganda eleitoral ou apontar as incoerências de seu compromisso com a democracia. O relevante é que o resultado do plebiscito pode ser interpretado como uma demonstração de apoio do eleitorado aos mecanismos democráticos. Um recado que as urnas do dia 21 de abril, com todas as imperfeições do processo, deixaram de forma muito clara.