

## Lulismo: entre o popular e o populismo

Lulism: between the popular and the populism

**Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires**  
*pires@pucminas.br*

Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro –UFRJ (Brasil) e professora adjunta IV do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social "Interações Midiáticas" da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Integrante do grupo de pesquisa do CNPq "Mídia e Narrativa".

**Maria Céres Pimenta Spínola Castro**  
*mceres.pimenta@gmail.com*

Doutora em Ciências Sociais, pela Universidade Estadual de Campinas (Brasil). Entre outros textos, publicou pela editora da Universidade Federal de Minas Gerais os livros: "Na Tessitura da Cena, a Vida", "Folhas do Tempo" e "Mídia, esfera pública e identidades coletivas" (Organizadora).

**PPG|COM** Programa de Pós-Graduação em Comunicação UFF  
MESTRADO E DOUTORADO

Ao citar este artigo, utilize a seguinte referência bibliográfica

PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz; CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola. *Lulismo: entre o popular e o populismo*. In: **Revista Contracampo**, v. 30, n. 2, ed. agosto-novembro ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014. Págs: 24-43.

**Enviado em: 24 de ago. de 2014**  
**Aceito em: 27 de ago. De 2014**

**Edição 30/2014**  
**Ensaio temático "Tabloidização na mídia"**

**Contracampo**  
Niterói (RJ), v. 30, n. 2, ago-nov./2014  
[www.uff.br/contracampo](http://www.uff.br/contracampo)

e-ISSN 2238-2577

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

## **Resumo**

Este artigo intenciona investigar como o popular pode ser tomado como matriz do discurso lulista e como editoriais e colunistas do jornal Folha de S. Paulo ressignificam como “populista” este discurso em 2006 e em 2010, por ocasião das eleições presidenciais, e, assim, sustentam seu posicionamento político. Busca-se demonstrar como as opiniões publicadas neste jornal retomam os elementos que configuram a noção de “populismo”, hegemônica até o final dos anos 1970, qual seja: a de um fenômeno que se caracteriza por uma política de massas, um estilo de governo que se assenta na manipulação e na tutela estatal dos trabalhadores e teria caracterizado a política brasileira entre os anos de 1930 e 1964.

**Palavras-chave:** Mídia, lulismo, populismo.

## **Abstract**

This paper intends to investigate how the popular can be taken as a matrix of Lula's discourse and how editorialists and columnists of the newspaper Folha de S. Paulo reframe this discourse as "populist" in 2006 and 2010, at the presidential elections, and, thus, sustain his political positioning. We seek to demonstrate how the opinions published in this newspaper resume the elements that make up the notion of "populism", hegemonic until the late 1970s, namely, that of a phenomenon that is characterized by a mass politics, a style of government that relies on manipulation and state protection of workers and that has characterized Brazilian politics between the years 1930 and 1964.

**Keywords:** Media, lulism, populism.

O que tentaram fazer comigo [a elite política brasileira em 2005], fizeram com Getúlio [Vargas] e ele deu um tiro no peito. O que tentaram fazer comigo fizeram com Jango [João Goulart], que teve que sair do Brasil. O que não sabiam, é que Lula eram [sic] milhões de Lulas espalhados pelo país. (...) Meu corpo estaria mais arrebatado que o corpo de Jesus Cristo depois de tantas chibatadas (...).<sup>1</sup>

Essas significativas palavras proferidas por Lula em 2010, referindo-se ao escândalo político envolvendo seu governo em 2005, condensa, de modo exemplar, um dos aspectos que se pretende discutir neste artigo: como o popular pode ser tomado como matriz do discurso lulista. Chama-nos a atenção o fato de Lula ao mesmo tempo igualar-se a Getúlio Vargas e a João Goulart – dois políticos tidos como marcadamente populistas –, e, em seguida, por meio de uma manobra discursiva, tentar deles se diferenciar: “O que não sabiam, é que Lula era [sic] milhões de Lulas espalhados pelo país”. Desse modo, procurava apresentar-se, não como representante do povo, mas como o próprio povo.<sup>2</sup>

Nesse pronunciamento evidenciam-se traços do discurso carismático explorado por Lula desde sua campanha eleitoral de 2002.<sup>3</sup> Percebe-se, recorrendo-se a Ricci (2013), nessa estratégia discursiva, a presença do recurso ao popular. Este autor lembra que

Em entrevista concedida ao jornal *Folha de S. Paulo*, em novembro de 2002, o sociólogo José de Souza Martins analisou o discurso de Lula como sedutor, porque a aparência do líder carismático é de alguém igual a todos, mas que carrega um dever social. É igual e diferente, ao mesmo tempo, sugeria. E é diferente porque foi escolhido, quase em

---

1 Estas palavras foram pronunciadas por Lula, no dia 24 de julho de 2010, por ocasião do primeiro ato de campanha oficial no Nordeste, em Garanhuns (PE), com a sua candidata Dilma Rousseff e foram extraídas da matéria “Elite política tentou dar golpe no governo, diz Lula” de autoria de Simone Iglesias, publicada pela *Folha de S. Paulo*, no dia 24 de julho de 2010, na editoria de Poder, p. A-14.

2 Vale citar outro pronunciamento de Lula na mesma perspectiva: “Valeu a pena a gente acreditar que um igual a nós poderia fazer mais por nós do que tantos diferentes que nós tivemos governando este país.” (23/12/2005, Osasco – SP. Comemoração da meta do programa Bolsa Família – 8.7000.000 famílias atendidas em 2005). (KAMEL, 2009, p. 558).

3 De modo interessante Ricci (2005) salienta que “Lula possui traços carismáticos desenvolvidos desde sua época de líder sindical. Este perfil foi trabalhado nos anos 1980. É possível recuperar fotos de assembleias de metalúrgicos no estádio de Vila Euclides em que faixas imensas eram ladeadas pela figura de Jesus Cristo e o perfil de Lula.

sacrifício. Sustentou que este estilo foi elaborado por padres progressistas do ABC paulista, mas que se espalhou pelo país através das Comunidades Eclesiais de Base (RICCI, 2013, p.62).

Esse estilo de discurso carismático identificado por José de Souza Martins é problematizado por Ricci (2013):

Lula possui traços carismáticos desenvolvidos desde sua época de líder sindical. Nunca houve ingenuidade em relação à produção simbólica da liderança de Lula. Contudo, o governo Lula (e, conseqüentemente, o lulismo) não se resume a este estilo pessoal. (...) O Estado, assim, permanece no lulismo como protagonista da ação pública. O carisma de Lula, portanto, compõe uma estratégia racional de gestão e não meramente emocional e afetiva como se dá na dominação carismática (RICCI, 2013, p. 63).

Nota-se, nessa pertinente reflexão desenvolvida por Ricci (2005, 2013), como os traços carismáticos que acompanham Lula desde sua época como líder sindical são percebidos pelo autor como sendo empregados como mediação, como um estilo de comunicação que se pretende eficaz e não como fim, como forma de dominação. Entretanto, no âmbito deste artigo, interessa-nos demonstrar como, diferentemente dessa perspectiva, editorialistas e colunistas do jornal *Folha de S. Paulo* ressignificam esse discurso de Lula – que se pretende “popular” – como “populista”. No jornal é o líder que é carismático e não seu discurso.

Entretanto, para que se possa compreender os diferentes sentidos do discurso lulista, é necessário articular a formulação de Montes (1981, p. 73) na qual postula, por um lado, a existência de vários discursos populistas que tratam de modo diferenciado “as relações sociais e o espaço do poder, trazendo um apelo diferente a diferentes grupos sociais” e, por outro, sublinha uma característica marcante em todos eles: o recurso ao popular. Para a autora, a eficácia dos discursos populistas residiria no fato de trazerem para o espaço da política “verdades do senso comum, sabedoria popular, a filosofia do homem simples, padrão de interpretação de sua existência e norma de ação” (MONTES, 1981, p. 70). E, assim, promover uma aproximação com “um melodrama de circo, padrões subjacentes a algumas narrativas de novelas da TV, valores e verdades com os quais qualquer cientista social que pesquise as classes subalternas fatalmente irá se defrontar” (MONTES, 1981, p. 70). E, sublinha:

(...) Que isso confira ao “povo” uma identidade por um ato de doação, abrindo-se, assim, a possibilidade de uma manipulação dessa identidade outorgada, é certo. No entanto, menos do que como uma

característica própria do discurso do populismo, talvez se pudesse entender esse fenômeno em termos do que chamaríamos de “efeito de poder” do discurso político, e que se poderia definir como espectro dentro do qual ele é capaz de exercer seu poder de mobilização. (MONTES, 1981, p. 73).

Este artigo toma como ponto de partida esta pertinente proposta da autora de refletir sobre a eficácia, sobre o poder de mobilização de um discurso político que abre espaço ao popular e, que, ao fazê-lo faz ressurgir nas narrativas midiáticas brasileiras a palavra “populismo”. Jorge Ferreira, em seu texto intitulado “O nome e a coisa: o populismo na política brasileira” (2001), esclarece que “as palavras ‘populismo’ e ‘populista’ não estavam disponíveis no vocabulário político e na linguagem cotidiana do país na época do ‘primeiro governo’ de Vargas” (FERREIRA, 2001, p. 111) e, de início, o termo “populista” referia-se a um líder popular, ou seja, não apresentava a conotação negativa incorporada posteriormente:

A partir de 1945 até 1964, as palavras foram surgindo muito lentamente através dos anos. No entanto, raramente eram utilizadas, e quando surgiam nas páginas dos jornais, não tinham o objetivo de desmerecer ou insultar o adversário. (...) Portanto, naquela época, ser um líder “populista”, tanto para os trabalhistas como para seus adversários, não descrevia um político que utilizava como recursos a manipulação, a demagogia e a mentira. (...) pode ser traduzida, na linguagem de nossos dias, no que chamamos de “líder popular”, de alguém que representa, autenticamente, os anseios políticos “populares” ou dos “movimentos populares”. (FERREIRA, 2001, p. 111, 116).

O autor toma a palavra “populismo” como “uma categoria explicativa da política brasileira entre 1930 e 1964, como uma maneira de enfocar o movimento operário e sindical (...) que, ao longo do tempo, foi imaginada e, portanto, construída (...) sedimentando-se na cultura política brasileira, seja ela popular ou erudita” (FERREIRA, 2001, p. 63, 64, 122). No entanto, entre as tradições explicativas da noção de “populismo” trabalhadas por este autor, interessa-nos destacar aquela predominante entre os anos 1940 e 1970 – denominada por ele de primeira geração:

(...) nos anos [19]40 houve a aproximação entre o historiador e o jornalista para a configuração do populismo, na década de [19]50 ocorreu a segunda aproximação, agora a do sociólogo com o mesmo jornalista. Com o anteparo da teoria da modernização, o Grupo de Itatiaia<sup>4</sup> formulou as primeiras indicações sobre o “populismo na

---

4 Grupo de intelectuais que, sob o patrocínio do Ministério da Agricultura “(...) fundou, em 1953, o

política brasileira”. Mas foi nos anos [19]60, sobretudo a partir de 1963, que a aliança se ampliou enormemente. Além da imprensa e de novos sociólogos, agora das universidades, agregaram-se os militares golpistas, a direita civil, a Igreja, os capitalistas, as classes médias conservadoras e os crentes na ortodoxia marxista-leninista. Todos, no dizer de Daniel Aarão Reis Filho, tinham contas a ajustar com o grande inimigo: *o trabalhismo*. E tão liquidado o queriam, que o defunto sequer teve o direito de levar seu próprio nome ao túmulo: “*batizado pela sociologia paulista*”, *foi como populismo que desceu os sete palmos de terra*. E assim, seria ensinado às novas gerações, nas escolas, nos quartéis e nas organizações políticas” (FERREIRA, 2001, p. 121, destaques nossos).

Essa relevância assumida por acadêmicos paulistas é detalhada por Reis Filho (2001, p. 349): “(...) sociólogos, economistas e cientistas paulistas<sup>5</sup> (...) contribuíram decisivamente para formar uma corrente de interpretação da República contemporânea brasileira que ainda hoje é largamente hegemônica nos meios acadêmicos e políticos”. E desempenham, segundo ele, “um papel chave na consolidação da hegemonia do conceito de ‘populismo’ e, no mesmo movimento, no apagamento da memória da tradição trabalhista” (REIS FILHO, 2001, p. 349).

No âmbito deste artigo, interessa-nos demonstrar como o material jornalístico opinativo publicado pela *Folha de S. Paulo*, por ocasião das eleições presidenciais de 2006 e 2010, pode ser tomado como uma forma de atualização da primeira geração postulada por Ferreira (2001): substitui-se o trabalhismo pelo lulismo e a noção de “populismo” que ancora editoriais, colunas e matérias jornalísticas e, por vezes, artigos assinados por acadêmicos, como se verá adiante, retoma os elementos que configuram aquele primeiro entendimento que prevaleceu até o final dos anos 1970: o de um fenômeno que se caracteriza por uma política de massas, um estilo de governo que se assenta na manipulação e na tutela estatal dos trabalhadores e teria caracterizado a política brasileira entre os anos de 1930 e 1964.

---

Instituto Brasileiro de Economia, Sociologia e Política (IBESP) e começou a publicar os *Cadernos de nosso tempo*.” (GOMES apud FERREIRA, 2001, p. 67). Entre os intelectuais que participaram da revista, Ferreira destaca Hélio Jaguaribe e Alberto Guerreiro Ramos, que “foram aqueles que formularam as primeiras reflexões sobre o populismo na política brasileira” (FERREIRA, 2001, p. 70).

5 Entre esses se destacam: Luiz Pereira, Juarez Brandão Lopes, José Albertino Rodrigues, Leôncio Martins Rodrigues, Octavio Ianni, Paul Singer, Gabriel Cohn, Francisco de Oliveira, Boris Fausto, Francisco Weffort, entre muitos e muitos outros.

Assim, com esse propósito, o *corpus* foi constituído intencionalmente. Dada a apropriação eminentemente política do termo, optou-se por selecionar o período de 1º de julho a 4 de outubro –, que abrange o momento de início oficial da campanha até o dia posterior à eleição do 1º turno, nos pleitos de 2006 e 2010. Por meio do mecanismo de busca das palavras-chave “lulismo”, “petismo” e “populismo”, separadas e/ou associadas, na biblioteca virtual do próprio jornal “*Folha de S. Paulo*”. Com relação ao ano de 2006 foram localizados, no total, 51 textos incluindo matérias, entrevistas, artigos, editoriais e colunas. Desses, foram submetidos à análise: seis colunas e duas entrevistas. Já com relação ao ano de 2010 foram identificados, no total, 54 textos e desses foram examinados dois editoriais e duas colunas. Por fim, cabe esclarecer que a escolha do jornal *Folha de S. Paulo* justifica-se por ser ele o jornal de maior circulação no país<sup>6</sup> e, portanto, por sua influência como balizador do processo de formação da opinião no país. Já a escolha dos editoriais e colunas deveu-se à natureza do problema de pesquisa formulado. A expectativa era a de que nos editoriais e colunas – espaços categorizados por ela, em seu Manual de 2007, como sendo reservados ao jornalismo opinativo – pudessem ser apreendidas opiniões norteadas por dados, fontes, elementos que pudessem iluminar o debate político sobre o fenômeno do “lulismo”. Como informado acima, o *corpus* foi constituído, em sua maior parte, por colunas. Essas apresentam como principal característica

a capacidade de trazer análises acuradas de determinadas conjunturas e fatos jornalísticos ou, ainda, furos, na maioria das vezes baseados no acesso que seus signatários têm a fontes privilegiadas dos mais distintos campos sociais, em especial, o político. Estes espaços costumam não apenas agendar a própria mídia – sobretudo quando revelam algo que nenhum veículo ainda elaborou – como têm ampla interferência nas esferas sobre as quais versam. (...) do colunista se exige informações que comprovem que sua retórica não é meramente opinativa, sem bases que a sustentem.” (TEIXEIRA, 2004, p. 119-121).

---

<sup>6</sup> Lattman-Weltman e Chagas (2013) informam, segundo dados obtidos junto ao IVC (Instituto Verificador de Circulação), que a *Folha de S. Paulo* nos anos de 2006 e 2010 – selecionados para análise – registrou uma média diária de circulação de 309.383 e 294.498 unidades, respectivamente.

## 2. O antilulismo e a apropriação do discurso populista nas eleições de 2006 e 2010: um estudo da opinião jornalística na *Folha de S. Paulo*<sup>7</sup>

### 2.1 Antilulismo em 2006

Diversos e significativos trabalhos realizados por estudiosos da área de Comunicação e Política sustentam que um expressivo antilulismo teria se expressado na cobertura dos principais grupos de mídia do país<sup>8</sup> e que

Para compreender a atuação da mídia no ano eleitoral de 2006, é preciso remeter ao cenário anterior de escândalo político, em que os próprios veículos estudados protagonizaram grande campanha anticorrupção, tratando de investigar, denunciar e responsabilizar o governo e seu partido, o PT. (ALDÉ; MENDES; FIGUEIREDO, 2007, p. 1).

Diante de tal posicionamento da mídia, Lula, em sua campanha eleitoral em 2006, de modo estratégico, buscou dissociar sua imagem da de seu partido, o PT. De modo interessante, os achados da pesquisa revelaram-nos o modo como, diante dessa estratégia de Lula de dissociar-se do PT, colunistas de política da *Folha* começam a construir a categoria “lulismo” como um fenômeno político personificado no presidente, e que confere desimportância aos partidos e ao Congresso como instituições mediadoras das relações políticas – elementos esses considerados como dois dos principais traços do populismo. O que pode ser ilustrado pelos três textos apresentados a seguir.

---

7 Cabe informar que parte deste tópico foi extraído do artigo intitulado “Opinião jornalística nas eleições de 2006: o antilulismo e a apropriação do discurso populista”, elaborado por Maria Céres Pimenta Spínola de Castro e Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires e apresentado no III Congresso da Compólitica, realizado em São Paulo, em 2009.

8 A esse respeito, ver: ALDÉ, Alessandra; MENDES, Gabriel; FIGUEIREDO, Marcus. Tomando Partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006. In: ENCONTRO NACIONAL DA COMPÓS, 2007, Curitiba. Anais... Curitiba: Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação; LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Mídia e democracia no Brasil: “da eterna vigilância” à “justa frustração”. In: GOULART, Jefferson O. (Org.) **Mídia e Democracia**. São Paulo: Annablume, 2006; LIMA, Venício A. de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006; LIMA, Venício A. de. **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

No dia 21 de agosto de 2006, Fernando de Barros e Silva, em sua coluna intitulada “Lulismo no ar”, argumenta que, em um cenário eleitoral no qual até candidatos de oposição buscavam colar sua imagem a Lula, o lulismo deveria ser considerado, para além do carisma do presidente ou das “suas ações anestésicas de seu governo”, o resultado do esfacelamento do PT.

Em Pernambuco, até o candidato ao governo pelo PFL, Mendonça Filho, exibe imagens de Lula em seu programa de TV. Na Bahia, os candidatos locais se anunciam como membros do “time do Lula”. Em São Paulo, Mercadante desfila na TV para lá e para cá *agarrado à barba do pai salvador*. Todos querem tirar uma lasquinha. O lulismo, como se diz, está bombando. Mas não o PT. *Fernando Henrique resumiu bem: “O PT é o Lula. E o Lula não é o PT”, disse à “Playboy” deste mês. (...) O lulismo não deriva só do carisma do presidente ou das ações anestésicas de seu governo contra a miséria extrema. Mais do que isso, o lulismo é resultado do esfacelamento do PT e da anarquização fisiológica do sistema político e partidário. O mensalão é ao mesmo tempo sua causa e sua consequência. Lula sobreviveu à base podre que ele mesmo gestou, descolou do PT e saiu da crise fortalecido (BARROS E SILVA, 2006, p. A-2, destaques nossos).*

Observa-se aí a ideia de uma “personalização” do poder do Estado: “o lulismo é resultado do esfacelamento do PT e da anarquização fisiológica do sistema político e partidário” e, portanto, dispensaria a mediação partidária. Além disso, observa-se uma alusão ao “carisma do presidente” e uma menção às políticas de transferência implementadas pelo governo como “ações anestésicas”. Tal visão é também compartilhada por outros articulistas. Demétrio Magnoli em sua coluna intitulada “O sentido do voto nulo”, publicada no dia 7 de setembro de 2006, ao tratar da campanha pelo voto nulo, difundida na internet, argumenta que tal campanha prestava um serviço inestimável ao lulismo uma vez que “Lula se nutre da falência das instituições”. Estabelecendo uma distinção entre o petismo e o “lulismo” o colunista estabelece como marca desse último o “salvacionismo conservador, ancorado no assistencialismo” e que promove a alienação de sua base social:

O primeiro, oriundo dos movimentos sociais, configurou uma oposição parlamentar ativa e eficiente, ganhando a confiança de um amplo eleitorado urbano de trabalhadores, jovens e profissionais qualificados. O segundo é um fenômeno mais recente, que só se consolidou com a chegada de Lula ao Planalto. *A sua marca singular é um salvacionismo conservador, ancorado no assistencialismo, que despreza o Parlamento e busca corrompê-lo. O antiparlamentarismo de Lula ficou expresso antes da conquista do Planalto, na célebre tirada sobre os “300 picaretas” do Congresso. Era uma denúncia vazia*

e irresponsável, desacompanhada de nomes e indícios, que não obteve respaldo da bancada petista. Depois, já com Lula na Presidência, o petismo desfigurou-se em "lulismo", rendendo-se às delícias do poder e alienando sua base social. A saga do mensalão foi uma decorrência necessária do salvacionismo lulista, não um episódio. (MAGNOLI, 2006, p. A-2, destaques nossos).

No dia seguinte, Eliane Cantanhede, em sua coluna intitulada “Entre o céu e o inferno” retoma este texto do dia anterior de Demétrio Magnoli, que para ela “disseca o lulismo”. Para ela, Lula fala e governa diretamente com o chamado “povão” sendo uma ameaça para as instituições:

Com a expectativa de 50% dos votos gerais, e mais de 70% no Nordeste, pode simplesmente dar um grito de "independência": "Chega de intermediários!". E assumir que se lixava, se lixa e se lixará sempre para o Congresso Nacional e para a política partidária, falando e governando diretamente com o chamado "povão". É arriscado para ele e perigoso para as instituições, mas é a cara desse Lula que está aí (CANTANHEDE, 2006, p. A-2 ).

Nessa mesma linha, é ilustrativa a coluna do dia 1º de setembro, de Nelson Motta, intitulada “A direita lulista”. Interessante nesse texto é que, sem mencionar o termo “populismo”, ele retoma sua oposição básica: entre ricos e pobres. Na visão dele, o lulismo seria a ideologia dominante no país, naquele momento. E que no discurso de Lula “a esquerda e o povo são bons, a elite é má e de direita”, embora ressalte a dificuldade de se saber o que são as “elites” e a “direita” para Lula. Embora a citação seja longa, considera-se que ela condensa bem o posicionamento dos colunistas da Folha naquele momento.

Lula só chegou ao poder e só vai se manter nele com o apoio da direita, a mesma que é sempre acusada por ele de conspirar para desestabilizar o governo popular e de ser responsável por tudo de ruim que acontece no país há 500 anos. Mas é cada vez mais difícil entender o que para Lula são "as elites" e o que é "a direita", além de grandes vilões de nossa história. Como definir essa massa amorfa e colossal que forma a direita lulista? *Será que o povão confunde ser "de direita" com ser "direito"*? *Acho que não, já que esse pessoal vota maciçamente em mensaleiros e sanguessugas e não se importa se o presidente sabia ou não, desde que não perca o Bolsa-Família.* Já as "elites" devem ser "os ricos", que são sempre vorazes e cruéis, que ficam furiosos ao ver os pobres comerem, como diz Lula, assim como a direita dizia que os comunistas comiam criancinhas. A esquerda e o povo são bons, a elite é má e de direita. Menos a elite sindical e a estatal, a elite petista e a peemedebista e a elite dos partidos corruptos, porque são as elites lulistas. Por ignorância, burrice ou esperteza demais, por desilusão, cinismo ou oportunismo, a ideologia dominante

no Brasil hoje não é de esquerda nem de direita, é o lulismo. E é aí que mora o perigo (MOTTA, 2006, p. A-2).

Nessa mesma perspectiva, são ilustrativas duas colunas publicadas por Vinicius Torres Freire no caderno “Dinheiro”, apresentadas a seguir. No dia 24 de agosto, em sua coluna intitulada “O que não se sabe de ricos e pobres”, sublinha que a propaganda política de Lula estaria apresentando dados exagerados sobre a redução da desigualdade e da pobreza no país quando os estudos ainda se encontravam imprecisos. O colunista ressalta:

O PRESTÍGIO eleitoral do lulismo parece cancelar a célebre estatística do IBGE que, no ano passado, difundiu a idéia de que a divisão da renda foi sob Lula a menos desigual em 30 anos. (...)Tornou-se moda remoer os dados do IBGE e produzir salsichas científicas semanais sobre pobreza e renda (FREIRE, 2006, p. B-4).

No dia 1º de outubro, portanto, no dia da eleição em primeiro turno, é publicada a coluna de Vinicius Torres Freire intitulada “Classes numa eleição sem classe”. No trecho abaixo chama a atenção o modo como o colunista elide de sua trajetória o fato de ter sido um líder sindical: “um ex-pobre tornou-se presidente” e o apresenta como um político populista e demagogo e acusa seu governo de “aparelhismo mafioso, de tendências autoritárias”:

Um ex-pobre tornou-se presidente com o compromisso político de melhorar a vida do pobre, o que fez, não importa aqui se de modo duradouro ou “populista”. Lula ressalta diferenças sociais. Mesmo demagógicamente, polariza o debate diante de um público que não é a massa informe descrita nos velhos livros sobre populismo. Esse público, que conhecemos mal, faz um “voto de classe”? Tal idéia talvez esteja morta. Mas uma nova rede de “identidades pobres” influencia o voto no Brasil. O governo Lula e seu aparelhismo mafioso, de tendências autoritárias, foi incapaz de promover inovação institucional e de alterar a estrutura conservadora da economia. Mas voto depende de interesses imediatos, da percepção do cumprimento de contratos políticos, de imagens do que deve ser o país e da identidade política do eleitor, e não de juízos intelectuais sobre políticas públicas (FREIRE, 2006, p. B-4).

Por fim, interessa mencionar que, no período examinado, foram publicadas diversas entrevistas com especialistas – cientistas políticos e cientistas sociais – e com políticos, que, tendo como pano de fundo as eleições de Chávez e Morales, buscavam reforçar o enquadramento da temática do populismo associado a Lula. Emblemáticas, nesse sentido, foram as entrevistas realizadas com o então ministro da Fazenda Guido

Mantega e com Francisco Weffort, tratadas a seguir. O então ministro foi entrevistado pelo colunista econômico da *Folha de S. Paulo* Guilherme Barros. Nessa entrevista, intitulada “‘Populismo tem pernas curtas’, afirma ministro”, publicada no dia 6 de agosto de 2006, percebe-se claramente que o título, ressignificado, foi obtido por meio de uma resposta dada a uma suposição formulada pelo colunista-entrevistador:

Folha: Há possibilidades de o governo dar uma guinada para o populismo, caso Lula seja reeleito?

Mantega: Qual seria a lógica de uma guinada numa política que está dando certo? O populismo tem vida curta, tem pernas curtas. Seria negar tudo o que foi feito no Brasil durante esse período. Não faz sentido. Se o presidente pode ser acusado de algo, é de justamente não praticar o populismo (BARROS, 2006, p. B-3).

Sobre o mesmo assunto são formuladas três outras perguntas: Como o senhor define populismo? Não há risco, por exemplo, de uma chavinização [copiar Hugo Chávez, da Venezuela] do governo? Mas isso não distancia cada vez mais o presidente do PT?

No dia 10 de setembro de 2006, é publicada a entrevista realizada com Francisco Weffort, por Flávia Marreiro, intitulada “Lula é o Adhemar de Barros do momento, afirma Weffort”. Cabe salientar que, apesar do jornal apresentar o entrevistado apenas como “ex-ideólogo do PT e ex-ministro de FHC”, é necessário lembrar sua notável influência na consolidação de uma determinada concepção de “populismo” e que encontra lugar na mídia, ainda em 2006. Nesse sentido, chama a atenção o modo como a comparação estabelecida por Weffort entre Lula e Adhemar de Barros é destacada no título pelo jornal. Desse modo

personagens com tradições e práticas políticas distintas são tratados de maneira indiferenciada, perdendo-se assim, especificidades e a própria historicidade dos projetos (...). Ao mesmo tempo que personaliza o passado histórico da sociedade brasileira, o autor [Weffort em seu texto “o populismo na política brasileira”, datado de 1967] dilui e, conseqüentemente, perde a especificidade dos projetos políticos em que estes líderes se manifestaram (FERREIRA, 2001, p.76).

Ao ser indagado se a possibilidade de reeleição de Lula no primeiro turno, depois da crise do mensalão e do PT, se trataria de um pragmatismo eleitoral ou de inocentar Lula, Weffort vê no “pobre tipo Bolsa-Família” ignorância e atraso:

(...) não creio que Lula tenha sido "inocentado" pela população. Lembra-se do "rouba mas faz"? Lula é o Adhemar de Barros destes novos tempos. O pobre que depende do Bolsa-Família para viver deve considerar muito distantes as controvérsias sobre malversação de dinheiro público. Se ele não paga imposto por que preocupar-se com isso? O pobre não julga nem inocenta ninguém, ele simplesmente deixa isso de lado. Além disso, esse pobre tipo Bolsa-Família depende da orientação eleitoral de um político local. E esse político, em geral de regiões dependentes do país, também faz vista grossa – quando não participa da corrupção. Assim como o pobre depende de uma ajuda para um prato de comida, muitos políticos dependem do governo federal para sobreviver (MARREIRO, 2006, p. A-8).

Ao ser perguntado sobre uma possível substituição do lulismo pelo petismo e o que seria o lulismo, Weffort retoma a aproximação apresentada anteriormente entre Lula, Adhemar de Barros e Jânio Quadros:

Que o petismo acabou não há dúvida. As próximas eleições serão do enterro do PT, mesmo que o Lula ganhe. E mesmo que o PT sobreviva como legenda, será sempre um fantasma de si próprio. O lulismo é - como o ademarismo ou o janismo do passado – um personalismo a mais na política (MARREIRO, 2006, p. A-8).

Por fim, ressalta-se o seguinte trecho:

FOLHA - Lula trocou a imagem de "trabalhadores" por "povo". Como o Sr. analisa a mudança? Em "A Formação do Pensamento Político Brasileiro" (Editora Ática, 2006), o Sr. afirma que no Brasil deste começo de século o "povo" ainda está emergindo. O que esperar dessa emergência?

**WEFFORT** - No livro eu acompanho um reconhecimento do povo por parte das elites como aspecto fundamental do pensamento político brasileiro, que vem desde os jesuítas (...). Um exemplo de como isso continua é dado pelo PT: começou na classe operaria do ABC e para lembrar sua origem de classe se chamou "dos trabalhadores"; depois, quando cresceu um pouco mais, transformou-se em partido de funcionários públicos e de professores; e, *finalmente, quando teve que falar aos pobres do interior do Nordeste, teve que falar de povo, não de classe*. Sempre se soube que as eleições deste país dependessem do voto do povo pobre, mas quem imaginaria que essa dependência viesse a ser tão direta? Apesar de toda a tradição, que vem desde o coronelismo da República Velha, *quem imaginaria que, na entrada do*

*século 21, cerca de 15 a 20 milhões de eleitores dependentes do Bolsa-Família viriam a ser decisivos?* (MARREIRO, 2006, p. A-8, destaques nossos).

Cabe salientar nesta fala de Weffort o modo como opera com um deslocamento<sup>9</sup> do petismo para o lulismo: de um discurso de classe para um discurso para o povo: para os pobres e como a tal deslocamento Singer (2012) credita a emergência do discurso popular e com ele o ressurgimento do debate sobre populismo:

O popular que havia ficado fora de moda, seja pela retórica neoliberal, ao centro, seja pelo conteúdo de classe à esquerda, está de volta. Diferentemente da experiência peessedebista, o “Real do Lula” veio acompanhado de mensagem que faz sentido para os mais pobres. (...) enunciado por um nordestino saído das entranhas do subproletariado, o discurso de popular ganha legitimidade que talvez não tenha tido na boca de estancieiros gaúchos. Não espanta que o debate sobre o populismo tenha ressurgido das camadas pré-sal anteriores a 1964, onde parecia destinado a dormir para sempre (SINGER, 2012, p. 81, 83).

### 3.2 Antilulismo em 2010

No ano de 2010, chama-nos a atenção como, no intervalo de uma semana, a *Folha de S. Paulo* publicou dois editoriais, uma coluna e um artigo nos quais o termo “populismo” é adotado de modo a buscar desconstruir o discurso eleitoral da candidata Dilma Rousseff. Tal semana coincide com início do Horário Gratuito Político Eleitoral (HGPE) no dia 17 de agosto. Nesse sentido, pode-se considerar que muitos dos argumentos presentes nos editoriais e colunas, trabalhados a seguir, buscam, de certa forma, desconstruir a imagem que estava sendo construída de Dilma Rousseff em seu HGPE.

No dia 14 de agosto de 2010, o jornal publica o editorial intitulado “Dilma avança”, no qual informa que uma pesquisa do DataFolha, publicada naquela data, mostrava que a candidata estava com oito pontos de vantagem à frente de seu maior adversário, o candidato do PSDB, José Serra. Nesse contexto, adverte a *Folha de S. Paulo* que, embora Serra tenha dado a Lula um “ameno tratamento” – dada a estratégia adotada por

---

<sup>9</sup> Singer (2012, p. 33) sugere que: “a visada de classe, desde a qual Francisco Weffort analisou, em sua época, o populismo varguista, [se] atualizada permite, a meu ver, entender o lulismo.” Na visão de Singer (2012, p.32): “o lulismo faz uma articulação ideológica, que tira centralidade do conflito entre direita e esquerda, mas reconstrói uma ideologia a partir do conflito entre ricos e pobres”.

ele de “desvincular criador de criatura”<sup>10</sup> – por não considerá-lo candidato, era necessário considerar que Lula, em seu papel como cabo eleitoral – “com boa avaliação e reconhecida capacidade de comunicação popular” – não só se apresentava como um líder populista, como “um pai”, mas insistia, também, em “fazer de Dilma a mãe do crescimento econômico e do Brasil”<sup>11</sup> e, nesse sentido, “o poder de inércia do continuísmo parece difícil de ser contido”.

Questionado no “Jornal Nacional” sobre o ameno tratamento dispensado a Lula, o ex-governador paulista, em nova tentativa de desvincular criador e criatura, justificou-se dizendo que o presidente da República não é candidato. É verdade, mas tem sido um incansável cabo eleitoral, a projetar nacionalmente a imagem de Dilma e sua identificação com ela. Repetindo um de seus bordões favoritos, o da metáfora da nação como família, *Lula insiste em fazer de Dilma a “mãe” do crescimento econômico e do Brasil – cabendo a ele próprio, num eco populista, o papel de pai.*

Não por acaso, a ascensão da petista se associa ao aumento do número de eleitores que tomam conhecimento de sua proximidade com o presidente. Ser a candidata oficial não significa apenas receber o apoio de um governante com boa avaliação e reconhecida capacidade de comunicação popular. Beneficia-se também do peso da máquina governamental e do arco de alianças fisiológicas construído pelo Planalto nos últimos anos (...). (...) Num momento em que aumenta a sensação de bem-estar provocada pelos bons ventos econômicos, o *poder de inércia do continuísmo parece difícil de ser contido.* (DILMA..., 2010, p. A-2, destaques nossos ).

Vale ressaltar como o jornal *Folha de S. Paulo*, em novembro de 2009, com a divulgação de pesquisas que apontavam aumento das intenções de voto na candidata Dilma Rousseff, bem como um crescimento na avaliação do governo Lula, publicou várias colunas nas quais se alertava sobre o risco do continuísmo de tudo o que o lulismo representava.<sup>12</sup>

No dia 15 de agosto, o colunista Vinicius Torres Freire, no texto intitulado “Serra contra imagens e lendas”, sublinha que Serra estaria diante da difícil tarefa de lidar com uma lenda política – Lula –, e que não estaria “comparando o governo Lula à

---

10 Sobre o modo como a estratégia do “terceiro mandato” de Lula e a vinculação entre criador e criatura, foi construída no HGPE de Dilma Rousseff, em 2010, ver Teles e Pires (2013).

11 Sobre o processo de construção de Dilma Rousseff como mãe do povo brasileiro ver: Pires (2011).

12 Uma análise a esse respeito é desenvolvida por Castro e Pires (2009).

ditadura de Getúlio Vargas ou ao quase-fascismo de Perón, mas com essas lendas políticas” e que sua “falação” aos mais pobres teria ecoado na realidade:

A oposição não vai se bater apenas contra a parede da sensação de bem estar material. É possível que a passagem de Lula pelo governo tenha provocado aquelas transformações duradouras do imaginário popular, como aconteceu com parte do operariado no getulismo ou com metade da Argentina com o peronismo. Não, não se está comparando o governo Lula à ditadura de Getúlio Vargas ou ao quase-fascismo de Perón, mas com essas lendas políticas. Não importa a qualidade política de sua pregação, de suas políticas, sua "sorte" ou o gosto do freguês. Lula "cumpriu um compromisso" político: falou insistentemente aos mais pobres. Sua falação ecoou na realidade. Mal ou bem, "incluiu" parte considerável dos mais miseráveis; levou ao mundo do consumo moderno um terço da população. Era uma gente abandonada, em discursos, teoria e prática.

FHC foi uma ruptura histórica com um modelo econômico e com o excesso de desrazão. Lula foi uma ruptura na imagem que os deserdados fazem do poder e da política. Sua fama e virtude é da ordem das paixões. Difícil lidar com isso (FREIRE, 2010, p. B-4).

No dia 18 de agosto na coluna intitulada “Adeus à política”, Marco Antonio Villa, professor do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), retoma a ideia de que o PT teria substituído seu discurso classista por outro que retoma os “elementos pré-varguistas. O vocabulário da casa grande, autoritário e coercitivo” e que Lula apresentaria uma fala despolitizada por exemplificar “dilemas do país com exemplos domésticos, comezinhos”:

O enfrentamento ideológico foi substituído pelas propostas de gerir uma casa, como se o espaço doméstico fosse a reprodução em miniatura do país. O linguajado familiar invadiu a política. Pai, mãe e filhos substituíram os temas clássicos, o que é um claro sinal de pauperização do debate político.

O PT é um bom exemplo. Desapareceu – e tudo indica para nunca mais voltar – o discurso classista ou ao menos de embate com os poderosos. Foi substituído por elementos pré-varguistas. O vocabulário da casa grande, autoritário e coercitivo, tomou conta dos seus dirigentes. E, claro, Lula foi o iniciador e maior defensor da despolitização. Como nunca suportou participar de uma discussão de princípios políticos, encontrou na fala despolitizada um campo fértil. Exemplificou dilemas do país com exemplos domésticos, comezinhos.

Quanto mais complexa uma questão, maior a banalização. Daí foi só um passo para fortalecer a ideia de que o povo precisa de um pai, de uma mãe: "Deixo em tuas mãos o meu povo", como diz o jingle. A despolitização tem o papel de eliminar as fronteiras ideológicas.

Dilui as divergências, homogeneíza e transforma o processo eleitoral em uma espécie de geleia geral (VILLA, 2010, p. A-18).

Após cinco dias da publicação do editorial “Dilma avança”, em 19 de agosto, o jornal publica outro editorial intitulado “Pai e mãe”, no qual dá destaque ao seguinte trecho: “Estratégia governista de tratar política como vida familiar não é republicana e ajuda a encobrir candidata que ninguém conhece”. No texto é mencionado como a metáfora – “Mãe” – “ ecoa a tutela populista exercida sobre as massas recém-chegadas à cidade em meados do século passado” e “contradiz os princípios impessoais republicanos” e que, diante do discurso “retrógrado e conservador” de Lula, “cumpre à imprensa independente, às associações da sociedade civil que procuram influenciar o processo eleitoral e a cada cidadão levantar o véu da fantasia”. Interessante nesse trecho notar como a *Folha* assume sua posição de “imprensa independente” que procura “influenciar o processo eleitoral” levantando “o véu da fantasia”:

"O Brasil amadureceu. Não precisa ser uma sociedade infantilizada. Querem infantilizar os brasileiros com essa história de pai e mãe", disse a candidata Marina Silva no debate **Folha/UOL**, que reuniu ontem os três candidatos à Presidência mais bem colocados nas pesquisas eleitorais. Um discurso do presidente Luiz Inácio Lula da Silva em Pernambuco oferecera, na véspera, mais um exemplo daquilo que a postulante do PV, com acerto, criticava. "A palavra não é governar", anunciou, ao repisar o tema. "A palavra é cuidar. Eu quero ganhar as eleições para cuidar do meu povo como uma mãe cuida do seu filho." Em ato falho, a frase condensa o presidente e a candidatura por ele inventada. Dilma Rousseff "c'est moi", admite afinal o petista. "Mãe" e "pai" dos brasileiros se fundem na mesma figura mistificadora. A declaração revela mais do que o entendimento de Lula sobre o processo sucessório. A apresentação da política em termos característicos das relações privadas e familiares termina por desvirtuá-la, ao negar o caráter igualitário da esfera pública. O princípio de igualdade entre os cidadãos deve valer também para seus dirigentes, escolhidos pelo voto. Não pode haver relação hierárquica, do ponto de vista político, entre o mandatário de turno e o conjunto de eleitores. Compete a todos obedecer apenas às leis.

A figura paterna, ao contrário, pressupõe uma relação de superioridade com os filhos. Os laços cordiais, de afeto e de "cuidado" contidos na imagem proposta por Lula mal disfarçam a herança patrimonial e autoritária da política brasileira. A metáfora ecoa a tutela populista exercida sobre as massas recém chegadas à cidade em meados do século passado. Contradiz os princípios impessoais republicanos. Faz pouco do cidadão – que não precisa de atenções paternos ou maternos, mas de respeito a seus direitos. O discurso retrógrado e conservador serve muito bem às circunstâncias fabricadas por Lula. Induz a uma avaliação da candidatura de Dilma por critérios outros que não os da vida pública.

(...) quando estamos na iminência de uma campanha sumária de estilo consagratório – que a xaropada sentimental dos publicitários procura ocultar. Cumpre à imprensa independente, às associações da sociedade civil que procuram influenciar o processo eleitoral e a cada cidadão levantar o véu da fantasia.

Por fim, observa-se nesse editorial a saliência no discurso de Lula apenas de sua dimensão como figura paterna, entretanto, Gabriel Cohn, em entrevista ao jornal *Valor*, em junho de 2009, citando uma análise que não seria sua, considera que

(...) Lula consegue amarrar as duas pontas do processo (...): por um lado, ele é a grande referência, o líder, pai de todos, e por outro tem uma posição frágil como nós. (...) ele é protetor e protegido, nos protege mas precisa de nós. Do ponto de vista político, isto permite atenuar um componente daquilo que, equivocadamente, alguns insistem em apontar como ‘neopopulismo’ (COHN apud MAGALHÃES, 2009, p.6-9).

Nesse sentido, considera-se que o jornal, ao tratar apenas da primeira ponta do processo mencionado por Cohn – aquela que lhe permite denunciar as marcas do populismo lulista: “Lula, o pai de todos” –, releva a outra ponta do processo, aquela na qual Lula se apresenta como um igual; que o legitima como homem do povo, que o torna portador de um discurso popular no qual o povo se reconhece. Além disso, importa ressaltar o modo como a *Folha de S. Paulo*, em 2010, busca desconstruir a estratégia de campanha da então candidata Dilma Rousseff: Dilma é sim igual a Lula, mas “‘Mãe’ e ‘pai’ dos brasileiros se fundem na mesma figura mistificadora”. Nesse mesmo editorial, é atribuído ao discurso lulista – seja na fala de Lula seja na da candidata Dilma – uma mal disfarçada herança “patrimonial e autoritária da política brasileira”.

### Considerações finais

As observações formuladas ao longo deste artigo sugerem que a resignificação do lulismo como populismo, no âmbito do jornal *Folha de S. Paulo*, por parte de colunistas, editorialistas, jornalistas, políticos e acadêmicos expressa bem o que foi sublinhado por Ferreira (2001, p. 124): “o lugar político em que o personagem que acusa se encontra (...) populista, portanto, é o adversário, o concorrente, o desafeto. O populista é o Outro. Trata-se de uma questão eminentemente política e, muito possivelmente, político-partidária”. Assim, acredita-se que os fragmentos discursivos,

que circularam nas páginas do jornal *Folha de S. Paulo* em 2006 e em 2010, nos quais a palavra “populismo” aparece conjugada como o termo “lulismo” ou, ainda, naqueles em que Lula é identificado com Getúlio Vargas, Adhemar de Barros e Jânio Quadros, podem ser tomados como conformando uma grande narrativa na qual o jornal, como bem aponta Capelato (2013, p. 69), “faz usos políticos do passado” que, além de deformar a história, “nunca são inocentes”.

De modo pertinente, Reis (2010) adverte sobre a inadequação de se tomar a presença do tema da política social no processo político-eleitoral brasileiro apenas em sua dimensão “populista”:

(...) é talvez possível continuar a falar de “populismo”, ou ver o caso de Lula como parte de uma nova onda populista na América latina, que alguns identificam em casos como o dos Kirchner, na Argentina, e os de Hugo Chávez (Venezuela), Evo Morales (Bolívia) e Rafael Correa (Equador). Mas é problemático separar aquilo que justifique a carga negativa da ideia de populismo, de um lado, e, de outro, a simples operação da democracia num contexto de desigualdade e de massas material e educacionalmente carentes. O que temos visto, no Brasil e em países como Bolívia, Venezuela e Equador (...) tende a corroborar algo que a sociologia política vem salientando de novo com força: se a democracia chega a operar de modo a incorporar as maiorias populacionais, ela se torna fatalmente redistributiva (REIS, 2010, p. 70).

Com base nessa colocação do autor, ocorre-nos que os editorialistas, colunistas e jornalistas do jornal *Folha de S. Paulo*, ao tratarem, em 2006 e em 2010, das políticas redistributivas propostas e implementadas pelo governo lulista, apenas sob sua faceta populista não auxiliam no entendimento de uma dimensão mais complexa da política quando grandes contingentes populacionais são incluídos na cena pública como novos sujeitos de direitos.

## Referências bibliográficas

ALDÉ, Alessandra; MENDES, Gabriel; FIGUEIREDO, Marcus. Tomando Partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006. In: ENCONTRO NACIONAL DA COMPÓS, 2007, Curitiba. Anais... Curitiba: Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação.

CAPELATO, Maria Helena. Mídia e Populismo/Populismo e Mídia. In: **Revista Contracampo**, v.28, n.3, dezembro, 2013. Niterói: Contracampo, 2013, p. 52-72.

CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola de Castro; PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires. Opinião jornalística nas eleições de 2006: o antilulismo e a apropriação do discurso populista. In: CONGRESSO COMPOLÍTICA, 2009, São Paulo. Anais... São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política, 2013.

FERREIRA, Jorge. O nome e a coisa: o populismo na política brasileira. In: **O populismo e sua história**: debate e crítica. FERREIRA, Jorge (Org.). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

IGLESIAS, Simone. Elite política tentou dar golpe no governo, diz Lula. **Folha de S. Paulo**, no dia 24 de julho de 2010, na editoria de Poder, p. A-14.

KAMEL, Ali. **Dicionário Lula**: Um presidente exposto por suas próprias palavras. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando; CHAGAS, Viktor. Insegurança, (re)partidarização e “Fogo Amigo”: a economia política dos meios na Era Lula”. XXII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal da Bahia, 4 a 7 de junho de 2013.

MAGALHÃES, Luiz Antonio. Cidadania em apuros. **Valor**, São Paulo, 5, 6 e 7 jun. 2009. Caderno Eu& Fim de Semana, p. 6-9.

MONTES, Maria Lúcia. O discurso populista ou caminhos cruzados. In: MELO, José Marques (Org.) **Populismo e comunicação**. São Paulo: Cortez, 1981.

PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz. A construção da imagem pública política de Dilma Rousseff como “mãe do povo” brasileiro. **Revista Debates** (UFRGS), v. 5, p. 139/ n. 1-162, 2011.

REIS, Fábio Wanderley. Identidade política, desigualdade e partidos brasileiros. In: **Novos Estudos**, n. 87, jul. 2010.

REIS FILHO, Daniel Aarão. O colapso do colapso do populismo ou a propósito de uma herança maldita. In: **O populismo e sua história**: debate e crítica. FERREIRA, Jorge (Org.). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

RICCI, Rudá. Lulismo: três discursos e um estilo. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 45, fev. 2005.

RICCI, Rudá. **Lulismo**. Da era dos movimentos sociais à ascensão da nova classe média brasileira. Brasília: Fundação Astrojildo Pereira. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

SINGER, André. **Os sentidos do lulismo**: reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

TEIXEIRA, Tattiana. A crônica política e os gêneros opinativos: um estudo comparativo. **Comunicação e Espaço Público**, Brasília, ano VII, n.1 e 2, 2004.

TELLES, Helcimara de Souza. Criador e criatura: petismo e lulismo nas retóricas discursivas do HGPE de Dilma Rousseff. In: V Congresso Compolítica Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, 2013, Curitiba. V Congresso Compolítica Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação Política, 2013.