

“VOTAR É MUITO MAIS SÉRIO QUE MUDAR DE CANAL DE TELEVISÃO”: AS MOBILIZAÇÕES DA LINGUAGEM TELEVISIVA NA CAMPANHA PRESIDENCIAL DE LULA EM 1989.

XV Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação

Lucas Cavalcante Estevao, Jailson Pereira da Silva

A campanha presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva, em 1989, conduziu para o telespectador atribuições de eleitor, ao explicitar a importância do seu voto, fundamentadas em problemáticas sociais cotidianas apresentadas pela "Rede Povo", um espaço desenvolvido na campanha eleitoral do Partido dos Trabalhadores (PT), composto por segmentos que faziam referência aos gêneros da televisão, como o jornalismo, a teledramaturgia, o musical e o humor. As mobilizações da linguagem televisiva na campanha em 1989 relacionam as produções em torno das peças publicizadas com as postulações de discursos que demarcam os posicionamentos políticos das candidaturas. Ademais, as propostas historiográficas da pesquisa se iniciam nas problematizações do lugar da televisão na formação política coletiva, buscando conceber as transformações na concepção de eleitor que simultaneamente se edificam como cidadão, telespectador e consumidor. Diante disso, as linguagens televisivas, ao conduzirem as campanhas eleitorais, proporcionam mobilizações dos comportamentos coletivos que ampliam inquietações acerca da relevância da televisão durante o início da Nova República na consolidação dos debates sociais. O uso dos recursos audiovisuais foi motivado por percepções inquietantes acerca das fontes, a primeira se constitui em relação à produção das propagandas eleitorais na primeira eleição presidencial após a Ditadura Civil-Militar e as suas particularidades temáticas em questões de âmbito nacional. O segundo estímulo foi a análise do empreendimento televisivo que despontava como principal meio de comunicação no país. No presente momento, as pesquisas se desenvolvem em torno da leitura de obras que dialogam com os campos da História Política, consumo, cidadania, televisão e da década de 1980, articulando com a presente tarefa de catalogação dos programas eleitorais de Lula e dos documentos sobre táticas políticas do PT, que estão sendo novamente escrutinados a partir dos novos escopos teóricos.

Palavras-chave: CAMPANHA ELEITORAL. TELEVISÃO. POLÍTICA. ELEITOR.