

O novo velho cinismo da política brasileira: a troca de nome dos partidos políticos

Vanderlei de Castro Ezequiel*
Faculdade Cásper Líbero

Deysi Cioccarì**
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP

Resumo

Este trabalho traz uma reflexão sobre os conceitos de identificação partidária (ou partidarismo) e declínio dos partidos políticos. Segue com a apresentação dos discursos dos dirigentes e representantes dos partidos políticos justificando a mudança do nome e sigla de suas legendas, com a exclusão do termo “partido”. Em seguida, realiza uma análise desses argumentos. Finaliza com uma análise crítica da espetacularização da política brasileira.

Palavras-chaves: partido político; identificação partidária; declínio dos partidos; espetacularização.

Introdução

Atualmente, a maioria dos eleitores chega às eleições sem uma inclinação partidária forte, ou seja, sem predisposições partidárias fixas. A lealdade aos partidos está menos evidente, e os eleitores estão tomando as suas decisões eleitorais com base nas questões políticas debatidas durante as campanhas, ou mesmo com base exclusiva na figura dos candidatos. Conseqüentemente, o voto é mais afetado por fatores de curto prazo, em outras palavras, por influência das campanhas eleitorais.

Numa tentativa de driblar o acentuado desgaste com a crise da representação política no Brasil, intensificada após o início da operação Lava Jato¹, alguns partidos

* Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero; membro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo vinculado à Coordenadoria de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero e inscrito no CNPq; e-mail: vander.ce@gmail.com.

** Pós-doutoranda pela Faculdade Cásper Líbero; Doutora pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP; Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero; membro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Sociedade do Espetáculo vinculado à Coordenadoria de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero e inscrito no CNPq; e-mail: deysicioccarì@gmail.com.

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

políticos investem na troca de nome de suas legendas. Especificamente, alguns partidos tiram o “p” e adotam palavras de ordem, como *Avante* ou *Podemos*. Essa tendência na qual os partidos trocam o nome por *slogan* favorece a construção de “marcas” para atender aos anseios da população. O objetivo imediato é distanciar do termo “partido”, já desgastado pela exposição negativa na mídia brasileira. Dessa forma, surgem novas denominações no contexto da representação político-partidária: *Centro Democrático*, *Progressistas*, *Patriotas*, *MDB*, *Democracia Cristã* e *Avante*.

No âmbito do marketing político, trata-se de uma renovação da marca como tentativa de superação do desgaste das siglas partidárias. Isso se dá principalmente pelo esvaziamento da ideologia dos partidos, que passam a investir unicamente na construção de uma marca. Neste sentido, Kinzo afirma que “Os partidos brasileiros, em seu conjunto, têm tido dificuldade de fixar sua marca junto ao eleitorado” (2005, p. 66), o que justifica a estratégia de reposicionamento da marca/legenda.

Para exemplificar a crise dos partidos políticos será utilizada a recente tendência dos partidos políticos brasileiros de retirada do “p” de partido de suas denominações. Dessa forma, as legendas passam a se denominar por siglas que remetem a movimentos (sociais) e negam o “partido”, num processo de espetacularização da política.

Este trabalho traz uma reflexão sobre os conceitos de identificação partidária (ou partidarismo) e declínio dos partidos políticos. Segue com a apresentação dos discursos dos dirigentes e representantes políticos para mudança do nome e sigla dos partidos políticos brasileiros com a exclusão do termo “partido”. Em seguida, realiza uma análise dos argumentos dos dirigentes dos partidos. Finaliza com uma análise crítica da espetacularização da política brasileira.

Partidos Políticos

Conceitualmente, o termo partido refere-se a uma organização cujos membros programam e realizam uma ação comum com fins políticos e sociais.

¹ A Operação Lava Jato – considerada a maior investigação de corrupção da história do país – é um conjunto de investigações em andamento pela Polícia Federal do Brasil.

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

Trata-se de uma partição, repartição da representação política. Tornou-se consensual a ideia de que os partidos políticos surgiram a partir da disputa de interesses entre as classes sociais. Para Bobbio, pode-se dizer que “o nascimento e o desenvolvimento dos partidos está ligado ao problema da participação, ou seja, ao progressivo aumento da demanda de participação no processo de formação das decisões políticas por parte das classes e estratos diversos da sociedade” (Bobbio; Matteucci; Pasquino, 2010, p. 899). Portanto, na impossibilidade de representar a vontade geral, devido à contradição própria da sociedade, foi e é necessário organizar a representação política em partes ou em partidos. De acordo com Max Weber, partido político é

[...] uma associação... que visa a um fim deliberado, seja ele objetivo, como a realização de um plano com intuítos materiais ou ideais, seja pessoal, isto é, destinado a obter benefícios, poder e, conseqüente, glória para os chefes e sequazes, ou então voltado para todos esses objetivos conjuntamente (Weber apud Bobbio; Matteucci; Pasquino, 2010, p. 898).

A aparição dos partidos políticos se deu, primeiramente, naqueles países que passaram a adotar formas de Governo representativo. Embora entende-se que os partidos não nascem automaticamente com o Governo representativo. Porém, os processos civis e sociais que tiveram como resultado esta forma de Governo, necessitavam de uma gestão do poder por parte dos “representantes do povo” (Bobbio; Matteucci; Pasquino, 2010). Essa situação evoluiu numa progressiva democratização da vida política, integrando setores cada vez mais amplos da sociedade civil no sistema político.

Neste sentido, os partidos políticos têm muita relevância dentro do sistema político, pois fazem a organização e exteriorização da vontade popular, atuando dentro do regime representativo para garantir a realização dos anseios sociais pelo governo. Dessa maneira, pode-se dizer que os partidos políticos são canalizadores da vontade popular e, também, formadores da opinião pública, isto é, meio de expressão essencial para o processo da democratização da política. Além disso, Kinzo complementa: “Os partidos políticos são instituições que surgiram como produto da ação de atores políticos nas arenas decisórias e eleitoral [...]” (2005, 65).

Assim, os partidos políticos tornaram-se o principal instrumento por meio dos quais grupos sociais passaram a exprimir, de maneira mais ou menos completa,

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

suas próprias necessidades, transformadas em reivindicações. Esses grupos também passaram a ter a possibilidade de participar da formação das decisões políticas (Bobbio; Matteucci; Pasquino, 2010).

Certamente, o indivíduo isolado de seu grupo social não obterá êxito na exposição de suas vontades e ideias de forma a influenciar diretamente as decisões políticas e governantes. Por outro lado, a partir do momento em que essas ideias e necessidades estejam agrupadas e sejam defendidas por partidos políticos – entendidos como grupos organizados em defesa de interesses de determinadas classes ou agrupamentos sociais –, esta tarefa – de influenciar na arena política – se tornará mais eficaz.

De acordo com Gramsci, “os ‘partidos’ podem se apresentar com os mais diversos nomes, incluindo o de antipartidos ou de ‘negação dos partidos” (Gramsci *apud* Sader, 2005, p. 13-14).

Os partidos políticos tendem a ser utilizados como “atalho” para reduzir o custo da decisão eleitoral. Porém, no atual padrão de marketing político, os partidos acabam tendo menos visibilidade do que os candidatos. Conseqüentemente, os partidos têm dificuldade em fixar suas siglas junto ao eleitorado, e isso dificulta as conexões com os eleitores. Além disso, como afirma Kinzo,

Os eleitores apresentam dificuldade de identificar os partidos como atores políticos distintos, isto é, como entidades que estruturam a escolha eleitoral e criam identidades. Em outras palavras, em uma situação de intensa fragmentação e falta de nitidez do sistema partidário em decorrência da prática de alianças eleitorais – para não mencionar a prática de governo de coalizão –, é difícil para o eleitor mediano fixar a imagem dos partidos, distinguir seus líderes e propostas e, assim, estabelecer uma lealdade partidária (2005, p. 76).

Identificação partidária

De maneira geral, o conceito de identificação partidária – inscrita no modelo psicossocial de investigação eleitoral² – refere-se a uma afinidade psicológica,

² Esse modelo psicossocial teve sua origem nos estudos realizados pelo Survey Research Centre da Universidade de Michigan durante as eleições presidenciais americanas de 1948, que teve os resultados analisado por Campbell e Kahn (1952) no relatório: *The people elect a presidente*; nas eleições de 1952, que teve o relatório apresentado por Campbell, Gurin e Miller em 1954: *The voter decides*; e nas eleições de 1956, cujos resultados foram conjugados com os resultados obtidos nas

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

estável e duradoura em relação ao partido político, embora não se traduza necessariamente numa militância, ligação concreta ou votação consistente e sistemática nesse partido. Também conhecida como partidarismo, a identificação partidária “concede estrutura e significado aos sistemas de crença individuais; proporciona um conjunto de percepções que ajudam os indivíduos a organizarem as complexidades da política” (Dalton; McAllister; Wattenberg, 2003, p. 296). O partidarismo também funciona como uma estrutura de referência, servindo como filtro para avaliação dos estímulos políticos, além de facilitar escolhas políticas durante as eleições, estimulando o envolvimento do público em campanhas eleitorais. A ligação dos eleitores aos partidos políticos é um dos aspectos mais importante da democracia.

A conceptualização da identificação partidária é talvez um dos desenvolvimentos mais significativos na investigação da opinião pública. Assim, os laços que o público estabelece com os partidos políticos medem a vitalidade do governo partidário, além de proporcionarem um contexto dentro do qual operam os partidos, os candidatos e os restantes actores políticos. Os comícios das campanhas, os panfletos de propaganda eleitoral e os contatos entre os funcionários dos partidos e o público constituem um meio para alcançar um fim. O fim é a obtenção de apoio público para o partido e de legitimidade para um sistema democrático de base partidária (Dalton; McAllister; Wattenberg, 2003, p. 296).

Introduzida no estudo do comportamento eleitoral por Angus Campbell e colegas (1960), a noção de identificação partidária tem sido utilizada para definir as situações em que os sujeitos escolhem um grupo de referência ao qual não pertencem – neste caso, um partido político – e passam a estabelecer uma relação de identificação com esse grupo.

In characterizing the relation of individual to party as a psychological identification we invoke a concept that has played an important if somewhat varied role in psychological theories of the relation of individual to individual or of individual to group. We use the concept here to characterize the individual's affective orientation to an important group-object in his environment. Both reference group theory and small-group studies of influence have converged upon the attracting or repelling quality of the group as the generalized dimension most critical in defining the individual-group relationship, and it is this dimension that we will call identification (Campbell, Converse, Miller, & Stokes, 1960, p. 121).

investigações anteriores dando origem ao livro seminal: *The American voter*, de autoria de Campbell, Converse, Miller e Stokes (1960). Esses estudos do Survey Research Centre foram seguidos pelos trabalhos do Center of Political Studies da Universidade de Michigan e, atualmente, se enquadram no American National Electoral Studies (ANAES) mantendo, porém, a base teórica inicial.

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

Para os autores, a identificação partidária é adquirida por meio de um processo de socialização, seja por influência dos colegas e dos pares, seja por aquisição de valores e atitudes da família, num processo semelhante àquele que leva os sujeitos a identificarem-se com uma religião. A ligação afetiva que o sujeito estabelece com “seu” partido político pode manifestar-se em diferentes graus de envolvimento, e nesta perspectiva, a identificação partidária torna-se uma forma genuína de identificação social.

Dalton; McAllister; Wattenberg (2003) entendem que existe uma relação estreita entre o partidarismo e o comportamento eleitoral na maioria das eleições democráticas e partidárias. Para os autores,

O partidarismo proporciona uma predisposição permanente que guia as preferências dos eleitores; rejeitando outras informações, os membros partidários devem votar pelo «seu» partido na convicção de que este e os seus candidatos representam melhor os seus interesses (2003, p. 304).

Segundo Campbell et al. (1960), a identificação partidária atua como um filtro perceptivo através do qual os sujeitos/eleitores tendem a valorizar aquilo que é favorável à orientação do “seu” partido, ignorando ou desvalorizando aquilo que lhe é desfavorável. Os autores partem do princípio de que a vida política nas sociedades democráticas demonstra grande dependência dos partidos. Consideram, ainda, que a interação com as propostas políticas exige o domínio de conhecimento e informação que os cidadãos, na maior parte das vezes não possuem. Assim, durante o período eleitoral a identificação partidária funciona como um instrumento de “leitura” das propostas eleitorais e dos candidatos.

De um modo mais geral, a existência de laços partidários generalizados amortece o impacto dos acontecimentos políticos de curto prazo sobre os resultados eleitorais e limita a atracção eleitoral potencial de novos partidos e personalidades políticas. Assim, um vasto partidarismo entre o eleitorado funciona de forma a estabilizar os alinhamentos partidários e a enfraquecer as mudanças eleitorais súbitas (Dalton; McAllister; Wattenberg, 2003, p. 304).

Campbell et al. (1960) utilizam um modelo explicativo para relações entre as variáveis envolvidas na definição do comportamento eleitoral, designado por funil de causalidade. A metáfora do funil representa a cadeia de acontecimentos que contribuem para que o voto do sujeito se concretize. Por este modelo se distingue fatores distais (fatores históricos e socioeconômicos, valores e atitudes e grupos de

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

pertença) e fatores proximais (temas, candidatos, campanha eleitoral, situação política e econômica, ação do governo, influência dos amigos). Na entrada do funil estão as características sociológicas, sociais e familiares que influenciam, com maior ou menor intensidade, o elemento seguinte desta sequência que é a identificação partidária. Por sua vez, a identificação partidária tem um papel decisivo na avaliação dos candidatos, dos temas, bem como dos incidentes da campanha eleitoral, relatados nos meios de comunicação social e, também, das conversas que os eleitores mantêm com familiares e amigos sobre a eleição e os candidatos. Por fim, na saída do funil está o voto.

Com este esquema, os autores atribuem um papel central à identificação partidária, considerando-a como resultado da conjugação dos fatores de longo prazo e, também, como fator moderador do efeito dos fatores circunstanciais de curto prazo no comportamento eleitoral.

Por outro lado, alguns autores defendem que não existe relação direta entre identificação partidária e a concretização do voto. Para estes, existe uma diferença entre a natureza psicológica da identificação partidária e a natureza objetiva e comportamental do voto: “Assim, a identificação partidária não define de forma direta e inequívoca a opção de voto do sujeito” (Antunes, 2008, p. 29).

Declínio dos partidos políticos

A diminuição acentuada da identificação dos eleitores a um partido político verificada nos Estados Unidos deu origem a tese do desalinhamento eleitoral, observado nos estudos eleitorais realizados a partir de 1964. Inicialmente entendida como um fenômeno específico da vida política norte-americana, rapidamente observou-se que o fenômeno também ocorria em países europeus, sustentando a hipótese de que se verificava, de forma generalizada e em vários países, um desalinhamento dos eleitores em relação aos partidos políticos. Esse fenômeno colocava em cheque o valor da identificação partidária na explicação do comportamento eleitoral.

O enfraquecimento das ligações partidárias numa determinada nação (ou em meia dúzia de nações) pode ser explicado pelas circunstâncias políticas particulares dessa nação. [...] Contudo, se o mesmo padrão se verifica num

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

grupo alargado de nações, somos forçados a examinar mudanças sociais mais amplas, capazes de influenciarem diversas democracias contemporâneas (Dalton; McAllister; Wattenberg, 2003, p. 297).

Os pesquisadores que se dedicaram ao estudo do desalinhamento eleitoral (Dalton, Flanagan e Beck, 1984) entenderam que os partidos políticos sofriam as consequências da modernização política e social que caracteriza as sociedades industriais avançadas. De acordo com esses estudos, os eleitores mais jovens, com maior nível de escolaridade e maior acesso à informação política são aqueles que demonstram maior tendência para não se identificarem com nenhum partido político. Em contrapartida, esses mesmos jovens demonstram maior inclinação a se envolverem em atividades políticas não partidárias, sustentando suas opções eleitorais em motivos que vão além dos interesses e temas defendidos pelas agendas partidárias. Sem as amarras das ligações afetivas com partidos políticos, esses eleitores tendem a tomar suas decisões eleitorais com base em variáveis políticas e econômicas que caracterizam o momento do pleito eleitoral.

Embora os indivíduos, atualmente, disponham de maior grau de instrução e mais informação, apresentando recursos e capacidades políticas para se tornar autossuficientes politicamente, prescindindo dos partidos políticos, Dalton, McAllister, Wattenberg, (2003), entendem que esses não são os únicos fatores responsáveis pelo declínio dos partidos políticos:

Mas verificam-se outras mudanças sistêmicas que têm contribuído para o enfraquecimento do papel político dos partidos dentro do processo democrático. O desenvolvimento dos meios de comunicação e a proliferação de grupos de interesse públicos entram em choque com a articulação de interesses e as funções informativas dos partidos políticos. Há indícios de que os meios de comunicação de massas estão a substituir os partidos enquanto fontes de informação política e, possivelmente, a reduzir o conteúdo partidário desta informação (2003, p. 297).

Além dos partidos políticos perderem o protagonismo do papel informativo para os meios de comunicação, também outros atores políticos – grupos de interesses e *lobbies* – passaram a atuar na representação dos interesses públicos. Mesmo que esses grupos possam, em muitas ocasiões, trabalhar com partidos políticos, frequentemente os grupos de interesses públicos exercem pressão política sem recorrerem aos canais partidários.

A tese do desalinhamento sustenta que estamos a assistir a um amplo e contínuo declínio no papel dos partidos políticos face aos eleitores

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

contemporâneos — e não a uma diminuição temporária da satisfação do público com os partidos, como defenderam alguns autores partidários (Dalton; McAllister; Wattenberg, 2003, p. 298).

Importante ressaltar que, as tendências partidárias não são lineares, sendo que campanhas específicas podem aumentar ou diminuir sentimentos de identificação partidária. Em uma eleição específica, o público pode ter sua atenção estimulada ou reduzida em relação à campanha eleitoral. Essas são chamadas forças eleitorais de curto prazo, que podem criar padrões e tendências diferentes a cada eleição.

Peter Mair analisou o declínio dos partidos políticos europeus no início dos anos 2000. Primeiramente, analisou a diminuição do número de membros (filiação). Porém, afirma o autor, além da queda nos níveis de filiação, também o declínio no ativismo partidário marca um sintoma na mudança por que estão passando as organizações partidárias: os partidários cada vez menos participam das atividades partidárias; os comícios atraem cada vez menos frequentados; em quase toda Europa, cai o número de eleitores que declaram ter forte identificação partidária, por fim o autor afirma que “a participação eleitoral está hoje em declínio virtualmente em todo o mundo democrático avançado” (Mair, 2003, p. 280).

Notadamente, os partidos e suas ações já não conseguem mobilizar os eleitores, e também não marcam presença significativa no seio da sociedade. Neste sentido, Mair entende que, “[...] os partidos não só se tornaram mais distantes da sociedade em geral, como também se aproximaram mais do mundo do governo e do Estado, ao ponto de se tornarem inextricáveis destes” (Mair, 2003, p. 280-281).

Nas últimas décadas, transformações na maior parte das democracias marcaram as mudanças dos partidos. Os partidos estão cada vez mais dependentes do financiamento público, e sem o auxílio das subvenções estatais provavelmente muitos partidos deixariam de existir. Essa dependência do tesouro público impôs nova regulamentação e leis que alteraram o modo de funcionamento interno da organização política, já que para a liberação de subvenções estatais os partidos necessitam apresentar um controle adequado de suas contas. A regulamentação também passou a controlar o acesso dos partidos aos meios de comunicação públicos. Assim, os partidos “tornaram-se cada vez mais sujeitos a um quadro

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

regulador que lhes atribui um estatuto (quase) oficial enquanto parte do Estado” (Mair, 2003, p. 281). Outra marca dessa mudança nas organizações partidárias refere-se a crescente prioridade dada por estas ao seu papel governativo, ou seja, o interesse na ocupação de cargos no governo. Com isso, muitos partidos acabam se definindo mais em termos dos cargos públicos que ocupam e, dessa forma, fora do governo a identidade partidária tende a evaporar-se. Mair entende que, dessa maneira, os partidos “se reduzem cada vez mais aos seus líderes que ocupam cargos públicos e que os líderes partidários se tornam o mais importante *stock* de capital disponível dos partidos” (Mair, 2003, p. 281). Neste sentido, Manin entende que,

O fato de que os partidos são cada vez mais identificados com seus líderes até reforça a clareza da responsabilidade. É mais fácil perceber um dado partido como órgão coletivo unificado se ele é identificado com seu líder (2013, p. 119).

Juntando a tendência de declínio da função representativa do partido e sua dependência cada vez maior do Estado, observa-se uma gradual transformação dos partidos, com o afastamento da sociedade e aproximação do Estado. Uma mudança que marca o fim da organização partidária tradicional, ou seja, o fim do partido de massas³. Entretanto, de acordo com Mair, “Na verdade, embora as *organizações* partidárias possam estar a fracassar, os partidos enquanto tais certamente não estão” (2003, p. 277).

Novas siglas, velhos partidos

³ De acordo com Bobbio, Matteucci e Pasquino, “Nos decênios que precederam e se seguiram aos fins do século XIX a situação começou a mudar após o desenvolvimento do movimento operário. As transformações econômicas e sociais produzidas pelo processo de industrialização levaram à ribalta política as massas populares cujas reivindicações se expressam inicialmente em movimentos espontâneos de protesto, encontrando depois canais organizativos sempre mais complexos até à criação dos partidos dos trabalhadores. É precisamente com o aparecimento dos partidos socialistas — na Alemanha em 1875, na Itália em 1892, na Inglaterra em 1900 e na França em 1905 — que os partidos assumem conotações completamente novas: um séquito de massa, uma organização difusa e estável, com um corpo de funcionários pagos especialmente para desenvolver uma atividade política e um programa político-sistemático (2010, 900).

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

O distanciamento do conceito de partido, com a retirada do “p” da sigla⁴, possibilitou o surgimento do Avante em substituição do Partido Trabalhista do Brasil (PT do B). Depois de 27 anos como PT do B, o partido passará a se chamar *Avante*. No estatuto do consolidado do partido⁵, no artigo 4º, informa que, “O AVANTE é simbolizado pelo próprio nome, transformado em logomarca que convida à ação, desarma a inércia e destaca o aspecto coletivo como força social imprescindível para a realização das mudanças necessária no País [...]”. A intenção dos dirigentes responsáveis pela troca de nome é impactar a opinião pública, estimulando-a a avançar, ir em frente, progredir. A legenda aproveita para se livrar da incômoda sigla “PT”, temendo perder votos nas eleições de 2018.

Com o mesmo intuito, a legenda que elegeu Jânio Quadros Presidente da República em 1961, o Partido Trabalhista Nacional (PTN) mudou seu nome para *Podemos*. No preâmbulo de seu estatuto⁶, o partido apresenta as justificativas para mudança de nome:

O Podemos se apresenta como resposta aos anseios dos cidadãos por uma nova política para ouvir e representar uma sociedade consciente que se mobiliza através de causas relacionadas ao seu cotidiano, organizado em um partido que defende dividir cada vez mais com a população as decisões do país (Tribunal Superior Eleitoral, 2016).

A deputada federal Renata Abreu (SP), presidente do *Podemos*, explica que em 2016 foi realizado um longo estudo para pensar a troca do nome do partido. A deputada alega que o objetivo não foi obter vantagens nas eleições de 2018, embora admita que a mudança poderá ajudar a sigla nas urnas (Abreu, 2017).

Aproveitando o mesmo discurso de renovação na política, o Partido Social Liberal (PSL), pretende alterar o nome da legenda para *Livres*. No mesmo sentido, o Partido Social Democrata Cristão (PSDC) almeja trocar o nome para *Democracia Cristã*.

⁴ Após 15 anos de Ditadura Militar, em 20 de dezembro de 1979, foi promulgada a Lei n. 6.767 que modificou a Lei Orgânica dos Partidos Políticos (Lei n. 5.683 de 21 de julho de 1971). No artigo quinto, parágrafo primeiro da Lei 6.767 foi inserida a obrigatoriedade da palavra “partido” no nome dos Partidos Políticos. Posteriormente, em 19 de setembro de 1995, foi promulgada a Lei n. 9.096 que retirou a obrigatoriedade da palavra “partido” do nome dos partidos políticos.

⁵ Disponível em: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-estatuto-do-avante-de-25-4-2017-aprovado-em-12-9-2017>

⁶ Estatuto do partido divulgado no site do Tribunal Superior Eleitoral: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/estatuto-podemos-de-19-2-2016-aprovado-em-16-5-2017>

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

Importante notar que não são apenas os pequenos partidos que querem mudar de nome, eliminando o “p” de partido. Em 2016, o senador Romero Jucá (RR), presidente do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), apresentou uma proposta para o partido voltar a se chamar apenas *Movimento Democrático Brasileiro* (MDB), usado entre 1966 e 1979 no período de bipartidarismo da ditadura militar. Ao participar de um evento em Porto Alegre, Jucá concedeu uma entrevista coletiva⁷ onde afirmou:

Queremos deixar de ser partido e ser um movimento. Ou seja, algo mais forte, algo mais permanente, com uma ação constante. Voltar a ser MDB resgata uma tradição, uma história, uma origem, que é muito importante para o povo brasileiro (Jucá, 2016, p. 1).

Num momento em que o Congresso Nacional exhibe baixíssima taxa de confiança perante a população, a alteração de nome é uma clara tentativa de reação à crise de representatividade. Porém, sem a correspondente alteração de estrutura e, principalmente, significativa mudança programática, pouco pode alterar a opinião do eleitor.

Ainda em 2007, muito antes da operação Lava Jato e da consequente intensificação do desgaste dos partidos políticos no Brasil, o Partido da Frente Liberal (PFL) se tornou Democratas (DEM). Naquela época, retirar o termo “partido” do nome oficial da legenda era uma forma de se diferenciar dos demais concorrentes. E, além disso, está em discussão nova mudança de nome para a sigla: de Democratas para Centro Democrático.

Em 2015, almejando uma legenda própria para disputar a eleição para Presidente da República, Marina Silva e seus companheiros criaram a Rede Sustentabilidade, ou simplesmente, Rede. Já o deputado Paulinho da Força (SP), em 2013 criou o Solidariedade, mais uma legenda que aboliu o termo partido e agora se diz movimento.

Se os partidos já constituídos estão eliminando o termo “P” do nome, os novos a serem criados, que aguardam a liberação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), já vem sem essa letra “incômoda” na sigla do nome, como:

⁷ <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/11/1835924-pmdb-quer-mudar-de-nome-e-retomar-o-mdb-da-ditadura-militar.shtml>

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

Igualdade, Manancial, União da Democracia Cristã do Brasil, Patriotas, Força Brasil, Movimento Cidadão Comum, Raiz Movimento Cidadanista, Renovar, entre outros. O TSE acumula 74 solicitações para criação de novas legendas, sendo que um número considerável delas não faz nenhuma menção em seu nome ao termo “Partido”.

O senador Álvaro Dias (Podemos) durante o 17º Fórum Empresarial Lide, realizado em Cabo de Santo Agostinho, estado de Pernambuco, afirmou que “A opinião pública tem a leitura de que o quadro partidário brasileiro apodreceu. Nós não temos partidos de verdade no Brasil, nós temos siglas para registros de candidaturas”. E complementa o senador, “Aliás, temos uma fábrica de siglas alimentada pelo Fundo Partidário, que é o grande estímulo para o surgimento de siglas” (Dias, 2018, p. 1). O Senador tentou justificar-se,

É contraditório, mas eu nunca mudei de partido, porque não temos partido no Brasil”, disse Dias, que já passou por PMDB, PDT, PP, PSDB, PV. Dispara Dias, “Mudei de sigla para não mudar de lado”. Segundo ele, as trocas foram feitas para “não mudar minhas convicções políticas (*Idem*).

A atual conjuntura política brasileira exhibe substancial enfraquecimento dos partidos políticos, principalmente, devido ao descrédito a eles dado pela população. Fato que se acentua a cada eleição, existe um personalismo exacerbado, prevalecendo a figura do pessoal do candidato em detrimento do partido político pelo qual disputa o pleito eleitoral, como afirma Meneguello,

Com um baixo grau de confiança nos partidos e com pequena importância conferida ao seu papel na dinâmica política, os critérios construídos no universo do eleitor com respeito à representação são liderados pela figura do candidato, indicando que o personalismo político mantém-se predominante no seu conjunto de parâmetros para a escolha política, mesmo depois de significativas alterações na dinâmica política institucional do país (1994, p. 157).

Para o cientista político e coordenador de pesquisas eleitorais, o Adriano Oliveira, da UFPE⁸, o eleitor não está preso à polarização esquerda x direita, nem a ideologias:

Temos que entender o mapa mental do eleitor, que substitui a ideologia. Ele exige dos políticos que sejam pessoas confiáveis e tenham uma identidade de valores. Vota-se em fulano porque é a favor da liberação do uso de armas ou é a favor do aborto. É o sentimento que o político está fazendo

⁸ <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/politica/nacional/noticia/2017/07/09/partidos-investem-em-reposicionamento-de-marca-para-atrair-eleitores-294320.php>

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

alguma coisa por ele. Os partidos precisam ter uma identidade com o eleitor e ter a confiança dele (Oliveira, 2017, p. 1).

Uma consequência desse cenário de candidatos fortes e partidos fracos se dá pelas ações de governo, cada vez mais desconectadas da vontade popular. Sem partidos políticos fortalecidos, capazes de realizar a necessária influência na tomada de decisões governamentais, não existem condições favoráveis para a participação popular política – via representação – na definição e implementação de políticas públicas. Os casos de corrupção, amplamente cobertos pela grande mídia, tem acentuado o descontentamento da população com os partidos políticos, com consequente declínio da relevância dos partidos políticos no sistema político brasileiro.

Para a professora e pesquisadora da PUC-SP, Vera Chaia, atualmente, no Brasil não é possível identificar nenhum partido com proposta política e um programa partidário claramente definido. Continua a cientista política,

Acho que estamos vivendo um momento muito crítico em relação ao sistema político, ao sistema partidário, e à legislação eleitoral também. Acho que tudo isso complicou a vida dos partidos políticos e a identificação dos partidos a partir de uma causa, a partir de uma proposta política (Chaia, 2017, p. 1).

O discurso prevalente nos meios de comunicação brasileiros evidencia que, atualmente, os partidos não se constituem em pontos de referência motivadores do comportamento político-eleitoral. A ineficácia dos partidos em representar as demandas da sociedade tem reduzido ainda mais sua credibilidade, possibilitando o surgimento de formas alternativas de participação política. Em muitos casos, constata-se apenas uma aceitação formal dos partidos políticos, precarizando a democracia.

Partidos em crise

A crise de representatividade não ocorre apenas no Brasil. Ela é mundial, e nasce da percepção de que o Estado não entrega o que foi prometido, durante a campanha eleitoral, pelo governante eleito. O desgaste enfrentado pela democracia representativa parlamentar afeta, e muito, as lideranças políticas e os partidos. Com

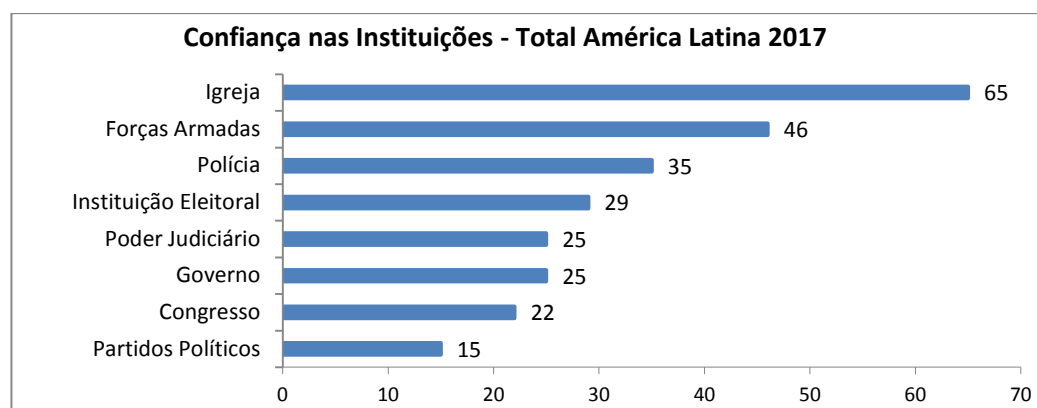
VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

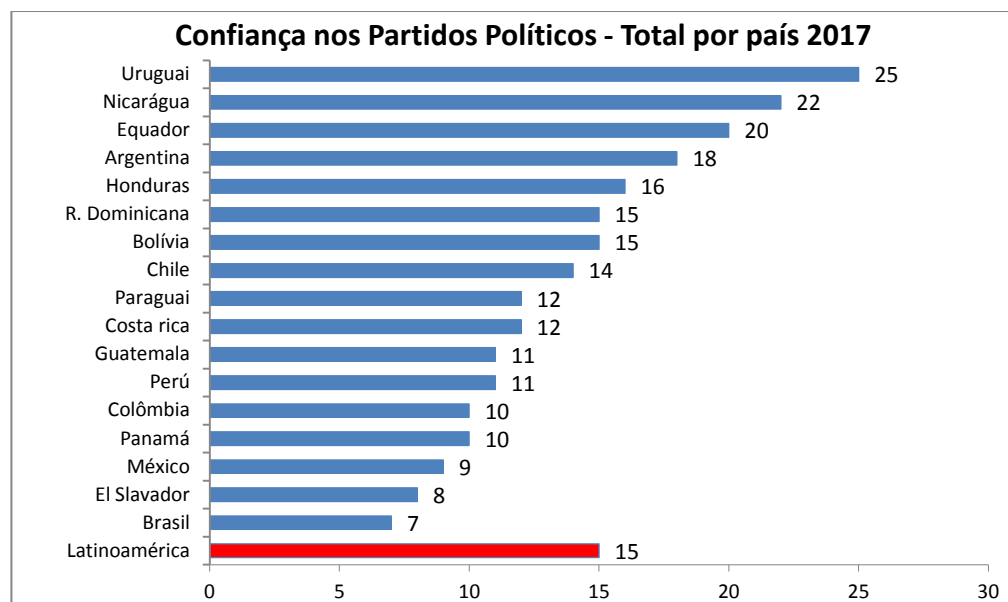
o avanço das tecnologias digitais, esse fenômeno mundial ganha força, pois o público tende a adquirir maior poder de fiscalização e questionamento.

Grafico-1: Confiança nas Instituições



Fonte: Latinobarômetro 2017

Grafico-2: Confiança nos Partidos Políticos



Fonte: Latinobarômetro 2017

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e Informação em tempos de mudança”.

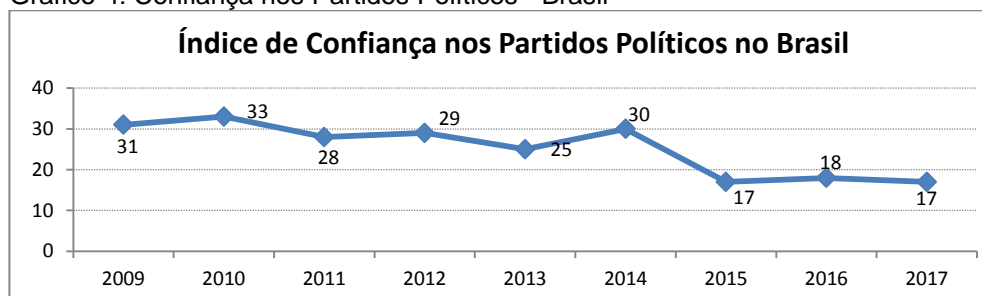
24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

A confiança nas instituições está em queda em toda América Latina. De acordo com o Relatório Latinobarômetro 2017⁹, os partidos políticos continuam caindo no indicador de confiança, sendo que nos três últimos anos caiu de 20% (2015) para 17% (2016) e 15% (2017). Ficando atrás das outras instituições pesquisadas: Forças Armadas e Polícia, Igreja, Instituições Eleitorais, Governos, Poder Judiciário e Congresso.

O relatório aponta o Uruguai é o país em que os cidadãos mais confiam nos partidos políticos (25%), e no lado oposto está o Brasil com apenas 7% de confiança nos partidos políticos.

Grafico-4: Confiança nos Partidos Políticos - Brasil



Fonte: IBOPE Inteligência - Índice de confiança social 2017

De acordo com o Índice de Confiança Social (ICS), indicador calculado pelo IBOPE Inteligência, o brasileiro confia cada vez menos nos partidos políticos. A pesquisa de confiança apresentou 20 instituições e o Corpo de Bombeiros está no topo do ranking – posição que ocupa desde a primeira edição da pesquisa, em 2009. Já os partidos políticos se encontram em penúltima colocação, à frente apenas da Presidência da República.

No gráfico acima é possível verificar que os partidos políticos – que sempre exibiram baixos índices de confiança – estão perdendo cada vez mais a confiança dos brasileiros. Desde 2010 os índices vêm caindo, chegando em 2017 com apenas 17% dos entrevistados declarando confiar nesta instituição.

⁹ O relatório é produzido pela ONG sem fins lucrativos Corporación Latinobarómetro, com sede em Santiago de Chile, e única responsável pela produção e publicação dos dados: < <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp>>. Para elaboração do relatório anual é realizada pesquisa regional que analisa 20.000 entrevistas realizadas em 18 países latino-americanos.

Qual o futuro dos partidos políticos?

A literatura recente aponta para a erosão do partidarismo – ou identificação partidária –, tanto nas democracias novas, quanto naquelas já estabelecidas. O declínio da Identificação Partidária tem se manifestado tanto nas democracias consolidadas, quanto nas novas democracias. Mesmo assim, Dalton e Weldon consideram que “[...] a falta de laços partidários seria um sinal mais oneroso para democracias emergentes e de consolidação que tentam institucionalizar a democracia política e sistemas partidários” (2005, p. 14).

Embora as circunstâncias presentes possam mudar, tornando-se mais favoráveis, presentemente o contexto político é desfavorável aos partidos políticos e seu protagonismo na democracia representativa. Dentre os aspectos que mais desafiam os partidos na atualidade, conforme Mair (2003) destaca-se: 1) impossibilidade de retorno ao contexto dos partidos de massas e, conseqüentemente, nenhuma perspectiva de estabelecer fortes raízes partidárias na sociedade. Em tempos de sociedade e eleitorado cada vez mais individualizados, e com baixo comprometimento com a política tradicional, esvai a capacidade dos partidos preservarem uma identidade organizacional distinta e poderosa; 2) Impossibilidade atual dos partidos desenvolverem uma identidade partidária suficientemente forte para garantir sua legitimidade. Neste sentido, também os projetos ideológicos fortes perdem as condições de existência; 3) O reduzido papel representativo que os partidos desempenham atualmente pode, aparentemente, sofrer ainda mais erosão no contexto atual das democracias representativas.

Além disso, a ausência de lealdades partidárias consolidadas pode, também, tornar os eleitores mais vulneráveis aos apelos demagógicos e à manipulação durante as campanhas eleitorais. Por outro lado,

Muitos indivíduos poderão considerar as campanhas esclarecedoras, mas é também possível que acontecimentos de segunda importância possam obscurecer temporariamente o debate político sério (Dalton; McAllister; Wattenberg, 2003, p. 316-317).

Assim, à medida que os partidos se afastam do contato pessoal direto com seus partidários e eleitores – como ocorria nos comícios e campanha porta-a-porta – centrando sua campanha nos meios de comunicação, diminuem as oportunidades

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

de participação direta dos cidadãos individuais com as atividades partidárias. O declínio da participação nas campanhas eleitorais também pode desencadear uma mudança do envolvimento político mais amplo, e assim, estimular outras formas de ação política. As eleições, neste contexto, perdem gradativamente o protagonismo da atividade política e são substituídas por formas de participação não convencionais como: protestos, manifestações, petições, entre outras. Dessa forma, pode-se afirmar que os partidos políticos não estão em declínio,

Eles permanecem fortes como organizações parlamentares e como organizações para fazer campanha. O que mudou foi a relação de um número crescente de eleitores com os partidos: há menos fiéis a partidos do que no passado (Manin, 2013, p. 121).

Espetacularização da política

Na sociedade contemporânea, o conhecimento constitui-se, preferencialmente, a partir da recepção das formas simbólicas veiculadas pela mídia. A prevalência das tecnologias de comunicação e a facilidade de acesso à informação afetam a vida no espaço público, conferindo cada vez mais importância à mídia. Para Vera Chaia,

A mídia deve ser analisada nesta diversidade de possibilidades: informando e formando a opinião pública. As representações construídas pela mídia tornaram-se fundamentais nas experiências individuais e sociais na contemporaneidade (2004, p. 23).

Além disso, o significado das informações que circulam através da mídia precisa ser avaliado, pois, se por um lado a presença intensa da mídia na vida das pessoas favorece o acúmulo de informações, ampliando as possibilidades simbólicas dos indivíduos e favorecendo a reflexão, por outro, “pode trazer consequências negativas ao introduzir mensagens ideológicas” (Chaia, 2004: 22-23).

De acordo com Guy Debord¹⁰, no plano das técnicas, a imagem “construída” – pela e na mídia – pode se tornar a principal ligação do indivíduo com o mundo real,

¹⁰ Os fundamentos da crítica de Debord são a vida cotidiana e a generalização do fetichismo da mercadoria, que invadiu todos os espaços da vida em sociedade. A mercantilização de tudo produz o espetáculo ininterrupto. Nele, o tempo, o espaço, o lazer, a comunicação, a cultura e tudo o mais é perpassado pela alienação. Para Debord, “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (2004, p. 14).

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

que ele vivenciava por si mesmo, interagindo com as situações que defrontava em qualquer lugar que pudesse ir. Na sociedade espetacular, afirma o pensador francês, não há mais espaço para vivermos nossas próprias experiências, são os modelos que vivem em nosso lugar: “tudo o que era vivido diretamente torna-se uma representação” (2004: 13).

Neste contexto social, para atingir seus objetivos e mobilizar o eleitor, o discurso do partido político precisa ser veiculado nos meios de comunicação. Dependendo do poder difusor dos veículos, a construção da imagem do partido pode ser menos ou mais efetiva.

Dessa forma, o discurso da chamada “nova política”, presente no discurso político brasileiro, possibilita a criação de uma imagem positiva, de renovação, que impulsiona a troca de nome e sigla dos partidos políticos que, ao deixar pra trás o termo “partido” se livram também do sentido negativo da política partidária tão depreciada na mídia brasileira, principalmente, após o início da Operação Lava Jato.

Por outro lado, o modo como os partidos políticos se comunicam com os potenciais eleitores também tornou-se mais profissionalizado e, assim, mais parecido entre si. Neste sentido, para maximizar sua comunicação os partidos competem uns com os outros pelo espaço e pela atenção dos veículos de comunicação.

De maneira geral, assim como os eleitores estão mais disponíveis a qualquer partido, também os partidos estão todos disponíveis para os eleitores, numa clara demonstração de declínio da noção de política como conflito ideológico. Para Debord,

A ideologia é a *base* do pensamento de uma sociedade de classes, no curso conflitante da história. Os fatos ideológicos nunca foram simples quimeras, mas a consciência deformada das realidades, e, como tais, fatores reais que exercem uma real ação deformante; tanto mais que a *materialização* da ideologia provocada pelo êxito concreto da produção econômica autonomizada, na forma do espetáculo, praticamente confunde com a realidade social uma ideologia que conseguiu recortar todo o real de acordo com seu modelo (2004, p. 137).

Confirmando a “superação” da ideologias no âmbito da maioria dos partidos das democracias ocidentais, já que quase todos alimentam uma expectativa de, mesmo que por um breve período, participar do poder – poucos são os partidos que

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

resistem a aderir a um governo eleito. Essa “gravitação” pelo poder governamental torna cada vez mais difícil aos eleitores identificar diferenças significativas de objetivos e ideologia entre os partidos políticos. Os eleitores também não conseguem perceber diferenças relevantes na atuação dos partidos – quando no governo – em relação aos problemas e necessidades. Em outras palavras, os eleitores parecem ter dificuldades em entender os partidos políticos como representantes de seus interesses.

Este fenômeno já é observável no ceticismo com que os eleitores têm se referido ao processo político, bem como o juízo negativo dispensado aos líderes políticos, partidos e classe política. Essa apatia e ausência de comprometimento político não são observáveis somente no cidadão comum, mas permeia também o discurso de grande parte da literatura moderna sobre os problemas que afetam a democracia. Com o agravante de que pode reforçar a indiferença pela própria democracia.

Em poucas palavras, o argumento que ouvimos com crescente frequência na literatura mais normativa que procura tratar os problemas das democracias contemporâneas não é um argumento que enfatiza a renovação ou revitalização da política enquanto tal, mas antes um argumento que procura cada vez mais *negar* a política (Mair, 2003, p. 289).

Para o sociólogo Cláudio Coelho, no contexto atual da política, os partidos e candidatos buscam seduzir os eleitores e não conquista-los pela razão,

A política está reduzida a um espetáculo marcado pela superficialidade da linguagem publicitária. Os políticos nos representam, do mesmo modo que os produtos. Os que dominam a linguagem publicitária, os “marqueteiros”, são contratados a peso de ouro e dirigem as campanhas políticas, esvaziando a dimensão ideológica dos partidos políticos, que se transformam em organizações voltadas para os interesses econômicos dos seus membros e não mais para representarem os interesses públicos (2013, p. 10).

Dessa forma, o entendimento de política como conflito social, no qual os partidos são representantes de interesses políticos de forças sociais opostas, perde relevância na atual conjuntura política brasileira. Assim, a dinâmica política – principalmente no período eleitoral – favorece o estabelecimento de um debate político esvaziado de conteúdo e espetacularizado na forma.

Conclusão

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

No mundo empresarial é comum a adoção de medidas para maquiar uma marca ou produto desgastado após algum deslize que afete negativamente a imagem deste. Uma empresa duramente afetada por escândalos busca mudar de nome e logomarcas como estratégia para se dissociar dos escândalos. Almeja por recuperação reputacional. Porém, partidos políticos não são empresas, e o fato de preferirem trocar de nome, mantendo sua estrutura e diretrizes intactas, demonstra que pouco ou nada irá mudar realmente.

O que os partidos políticos poderão fazer a respeito da indiferença, tanto popular como intelectual? Dentre os desafios a serem enfrentados estão: crescentes ausências de comprometimento político e indiferença do cidadão; declínio da capacidade representativa do partido; discurso persuasivo dos novos “teóricos democráticos” que buscam soluções na sociedade civil, relegando o mundo da política à indiferença.

Embora o discurso dominante dos dirigentes dos partidos políticos procure enfatizar a chamada “nova” política, ou seja, um novo jeito de fazer política, o que se almeja é o diferencial competitivo a qualquer preço. Semelhante ao marketing das empresas, os responsáveis pela comunicação dos partidos políticos identificam os desejos dos eleitores/cidadãos e utilizam uma poderosa propaganda, capaz de induzir a “venda” de sua marca (partido) e seus produtos (políticos). Com a mudança de nome, almejam criar uma nova imagem do partido, estabelecendo diferenças em relação aos concorrentes. Neste sentido, a questão do nome da marca é fundamental na propaganda política, cujo projeto mais importante é a fixação de um nome (marca) na mente dos eleitores.

No momento, a busca de uma nova embalagem, um novo rótulo para as eleições de outubro é a face mais visível dessa movimentação dos partidos. Difícil acreditar que a simples alteração do nome da legenda possa resultar numa renovação na política brasileira.

Referências

ABREU, Renata. 2017: **Diante de crise política, partidos mudam de nome para atrair eleitores em 2018**. [12 de agosto, 2017]. Brasília: G1, Entrevista concedida à

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

Alessandra Modzeleski e Fernanda Calgaro. Disponível em:
<https://g1.globo.com/politica/noticia/diante-de-crise-politica-partidos-mudam-de-nome-para-atrair-eleitores-em-2018.ghtml>. Acessado em: 20 jun. 2018.

ANTUNES, Rui J. S. **Identificação partidária e comportamento eleitoral: factores estruturais, atitudes e mudanças no sentido do voto**. 2008. 354f. Tese de doutorado - Universidade de Coimbra, Coimbra, 2008.

ARAÚJO, Rafael. **Por que os partidos políticos querem mudar de nome?** [05 de julho de 2017]. São Paulo: *Carta Capital*. Política. Entrevista concedida a Dimalice Nunes. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/por-que-os-partidos-politicos-querem-mudar-de-nome>. Acessado em: 19 jun. 2018.

BOBBIO, Norberto, MATTEUCCI, Nicola, PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. 13ª. Ed., 4ª. Reimpressão. Trad. Carmen C. Varriale *et al.*, Brasília: UNB, 2010.

CAMPBELL, Angus; CONVERSE, Philippe E.; MILLER, Warren E.; STOKES, Donald E. **The American Voter**, Nova York: Wiley, 1960.

CHAIA, Vera. **Os partidos não estão representando ninguém**. [19 de junho, 2017]. São Paulo: *Jornalismo B*, Entrevista concedida a Alexandre Haubrich. Disponível em: <http://jornalismob.com/2017/06/19/os-partidos-nao-estao-representando-ninguem-entrevista-com-vera-chaia/>. Acessado em: 19 jun. 2018.

_____. Eleições no Brasil: o medo como estratégia política. In: RUBIM, A. A. C. **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil**, 2004.

COELHO, Cláudio N. P. 2013: *A política e a comunicação*. **Revista SESC**, edição 72, mar. 2013, p. 10-10. Disponível em:
<https://issuu.com/sesctv/docs/sesctvmarco2013>. Acessado em 22 de jun. 2018.

DALTON, Russel J.; FLANAGAN, Scott E.; BECK, Paul A. **Electoral Change in Advanced Industrial Democracies: Realignment or Dealignment?** Princeton: Princeton University Press, 1984.

DALTON, Russel J.; Mcallister, Ian; Wattenberg, Martin P. *Democracia e identificação partidária nas sociedades industriais avançadas*. **Análise Social**, vol. XXXVIII, n. 167, 2003, p. 295-320.

DALTON, Russel J.; Weldon Steven. **Partisanship and Party System Institutionalization**. Paper prepared for the conference on Political Parties and Political Development, National Democratic Institute, Washington, DC. August 31, 2005. Disponível em:
<<https://www.democracy.uci.edu/files/docs/conferences/NDIpaper.pdf>>. Acessado em: 15/06/2018.

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 1ª. ed. 5ª. reimpr. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

Diante de crise política, partidos mudam de nome para atrair eleitores em 2018. **G1**. Globo.com, Política, 12 ago. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/diante-de-crise-politica-partidos-mudam-de-nome-para-atrair-eleitores-em-2018.ghtml>. Acessado em: 19 jun. 2018.

DIAS, Álvaro. 2018: **Polarização entre PT e PSDB “foi para o espaço”**. [20 de abril de 2018]. São Paulo: *Folha de São Paulo*. Entrevista coletiva. Disponível em: <https://folhape.com.br/politica/politica/blog-da-folha/2018/04/20/BLG,6118,7,509,POLITICA,2419-DIAS-BRASIL-TEMOS-SIGLAS-PARA-REGISTROS-CANDIDATURAS.aspx>. Acessado em: 19 jun. 2018.

_____. 2018: **O PSDB é o sustentáculo do sistema que eu estou contestando**. [07 de maio de 2018]. São Paulo: *Folha de São Paulo*. Sabatina. Eleições 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/05/o-psdb-e-sustentado-pelo-sistema-que-eu-estou-contestando-diz-alvaro-dias-em-sabatina.shtml>. Acessado em: 19 jun. 2018.

IBOPE INTELIGÊNCIA. 2017: **Índice de confiança social 2017**. Disponível em: <http://177.47.5.246/arquivos/ICS%202017.pdf>. Acessado em: 16/06/2018.

KINZO, Maria D'Alva G. *Os partidos no eleitorado: percepções públicas e laços partidários no Brasil*. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. [online]. Fev. 2005, vol.20, n.57, p. 65-81. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092005000100005>. Acessado em 20 jun. 2018.

JUCÁ, Romero. *PMDB quer mudar de nome e retomar o 'MDB' da ditadura militar*. [26 de novembro de 2016]. São Paulo: **Folha de S. Paulo**. Poder. Entrevista coletiva. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/11/1835924-pmdb-quer-mudar-de-nome-e-retomar-o-mdb-da-ditadura-militar.shtml>. Acessado em: 20 de jun. 2018.

MAIR, Peter. *Os partidos políticos e a democracia*. Análise Social: **Revista do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa**, Lisboa, v. 38, n. 167, 2003, p. 277-293.

MANIN, Bernard. A democracia do público reconsiderada. **Novos Estudos CBRAP**. n. 97, 2013, p. 115-127.

MENEGUELLO, Raquel. 1994: “Partidos e Tendências de Comportamento: O Cenário Político em 1994”, in E. Dagnino (org.), **Anos 90: Política e Sociedade no Brasil**. São Paulo, Brasiliense. p. 151-172.

VII Seminário FESPSP - “Na encruzilhada da democracia: Instituições e
Informação em tempos de mudança”.

24 a 28 de setembro de 2018

Número e título do GT 11 - Mídia, Política e Sociedade

OLIVEIRA, Adriano. 2017: *Partidos investem em reposicionamento de marca para atrair eleitores*. [09 de julho de 2017]. São Paulo: **Jornal do Commercio online**. Política Nacional. Entrevista concedida a Franco Benites. Disponível em: <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/politica/nacional/noticia/2017/07/09/partidos-investem-em-reposicionamento-de-marca-para-atrair-eleitores-294320.php>. Acessado em: 19 jun. 2018.

OLIVEIRA, Jacqueline Q. 2017: *Por que os partidos políticos querem mudar de nome?* [05 de julho de 2017]. São Paulo: **Carta Capital**. Política. Entrevista concedida a Dimalice Nunes. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/por-que-os-partidos-politicos-querem-mudar-de-nome>. Acessado em: 19 jun. 2018.

ROMANO, Roberto. 2017: *Diante de crise política, partidos mudam de nome para atrair eleitores em 2018*. [12 de agosto de 2017]. Brasília: **G1**. Política. Alessandra Modzeleski e Fernanda Calgaro. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/diante-de-crise-politica-partidos-mudam-de-nome-para-atrair-eleitores-em-2018.ghtml>. Acessado em 20 de jun. 2018.

SADER, Emir. **Gramsci. Poder, política e partido**. São Paulo: Expressão Popular, 2005.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Estatuto do Podemos**. Disponível em: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/estatuto-podemos-de-19-2-2016-aprovado-m-16-5-2017>. Acessado em 20 jun. 2018.