



HAL
open science

Neoliberalismo bricoleur: o imaginário político de Marina Silva

Julio Cesar Lemes de Castro

► **To cite this version:**

Julio Cesar Lemes de Castro. Neoliberalismo bricoleur: o imaginário político de Marina Silva. Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política, 2017, 26 (3), pp.199-234. 10.31068/tp.26308 . hal-03226042

HAL Id: hal-03226042

<https://hal.science/hal-03226042>

Submitted on 18 May 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Artigo

Neoliberalismo *bricoleur*: o imaginário político de Marina Silva

Bricoleur neoliberalism: the political imaginary of Marina Silva

Julio Cesar Lemes de Castro

Pesquisador doutor do Laboratório de Teoria Social, Filosofia e Psicanálise (Latesfip-USP),
julio@jclcastro.com.br

Resumo: Este artigo de reflexão teórica, baseado em pesquisa bibliográfica e em análise do programa de governo, da propaganda eleitoral, dos debates e das pesquisas, propõe-se a investigar o imaginário político projetado por Marina Silva, bem como seus impasses, tendo como foco a campanha presidencial brasileira de 2014. Essa candidatura abraça a agenda econômica do neoliberalismo, mas representa um *aggiornamento* do imaginário neoliberal. A aura de modernidade é conferida pela ideia de sustentabilidade e pela metáfora da rede. Ao mesmo tempo, Marina adiciona um componente moral ao consenso racional do neoliberalismo com sua proposta de nova política. Além disso, a candidata procura capitalizar sua imagem pessoal singular, suas origens populares, sua trajetória política e sua religiosidade por meio de uma postura messiânica. Dessa combinação heteróclita resulta algo como um neoliberalismo *bricoleur*.

Palavras-Chave: Marina Silva; Neoliberalismo; Imaginário político; Eleição 2014.

Abstract: This article of theoretical reflection, based on bibliographical research and on analysis of government program, electoral propaganda, debates and polls, proposes to analyze the political imaginary projected by Marina Silva, as well as its deadlocks, having as focus the presidential campaign of 2014. Although her candidacy embraces the economic agenda of neoliberalism, it represents an *aggiornamento* of the neoliberal imaginary. The aura of modernity is conferred by the idea of sustainability and the metaphor of network. At the same time, Marina adds a moral component to the rational consensus of neoliberalism with her proposal of a new politics. Besides, the candidate tries to capitalize on her unique personal image, popular origins, political trajectory, and religiosity through a messianic posture. From this heteroclite combination stems something like a *bricoleur* neoliberalism.

Keywords: Marina Silva; Neoliberalism; Political imaginary; Election 2014.

1. Introdução

Este artigo propõe-se a investigar o imaginário político projetado por Marina Silva, assim como os impasses nele embutidos, tendo como foco sua campanha na eleição presidencial brasileira em 2014.

Essa campanha chama a atenção pelas circunstâncias que a cercam: o evento dramático que a precipita, a ascensão vertiginosa nas pesquisas de intenção de voto e a queda na sequência. Mas o eixo deste estudo é o quadro político circundante e a maneira como a candidatura de Marina se estrutura dentro dele. A intenção é mostrar como tal candidatura se insere no contexto ideológico do neoliberalismo, horizonte da política brasileira desde os anos 1990, mas corresponde ao mesmo tempo a um *aggiornamento* do imaginário neoliberal. Nesse sentido, são identificados e examinados os quatro principais ingredientes por ela acrescentados a esse imaginário: a ideia de sustentabilidade, a metáfora da rede, o consenso moral e o messianismo. Tais ingredientes ajustam-se à proposta de uma política econômica ortodoxa, que equivale à agenda convencional do neoliberalismo.

Do caráter original, mas também heteróclito, dessa combinação resulta algo como um neoliberalismo *bricoleur*. Tomados isoladamente, os diversos ingredientes utilizados para compor o imaginário político de Marina concorrem para a força potencial de sua candidatura, que experimenta um salto exponencial quando é lançada. Por outro lado, as tensões e incongruências que marcam a articulação desses ingredientes, expostas nas redes sociais e exploradas habilmente pelas campanhas adversárias, contribuem decisivamente para que a candidatura perca fôlego durante a corrida eleitoral.

Vale notar que os adeptos do neoliberalismo normalmente não se identificam com esse rótulo, cujo uso tende a restringir-se a seus oponentes. Isso se aplica a Marina: embora ela não se autoqualifique como neoliberal, uma busca no Google por ocorrências simultâneas dos sintagmas “Marina Silva” e “neoliberalismo” exhibe uma enorme quantidade de páginas nas quais essa associação é feita de modo crítico. Na maioria dos casos, trata-se de textos em blogues ou similares, engajados diretamente na disputa política. Já em trabalhos acadêmicos essa associação é muito menos comum, como se pode depreender de uma busca idêntica feita no Google Acadêmico ou de uma consulta ao acervo de revistas brasileiras de ciência política e comunicação política. A isso se acresce

o fato, assinalado por Bowler e Farrell (1992), de que estudos sobre campanhas eleitorais carecem frequentemente de profundidade analítica, na medida em que são elaborados por jornalistas, privilegiando aspectos efêmeros, ou por estrategistas, assumindo um viés prescritivo.

Trazer a articulação entre a campanha de Marina e o neoliberalismo para uma pesquisa de caráter acadêmico justifica-se por diversos motivos. De forma mais geral, trata-se de mostrar que a adesão total ou parcial ao neoliberalismo é um traço comum a forças políticas diversas, salientando seu grau de penetração na sociedade contemporânea, e sobretudo no Brasil. Considera-se também que as diferentes formas que assume tal adesão fornecem um critério de diferenciação entre essas forças, como é feito neste caso com Marina em relação a seus adversários. Além disso, levando em conta as ponderações de Foucault sobre o alcance da racionalidade neoliberal e de Žižek sobre o funcionamento da ideologia, e considerando a partir daí como o conceito de neoliberalismo tem o poder de evidenciar o que há em comum entre os diferentes fenômenos aos quais ele pode ser aplicado, este artigo adota a premissa de que o neoliberalismo funciona como fator de unificação subjacente à combinação heteróclita de elementos que constitui o imaginário político de Marina.

Na medida em que a candidata não assume de forma explícita em seu discurso o vínculo com o neoliberalismo e em que este tem natureza proteiforme, o rastreamento de elementos claramente identificados com o neoliberalismo, para efeito de pesquisas empíricas, enfrentaria certamente dificuldades de ordem prática. A opção adotada aqui, por ser considerada mais pertinente ao objetivo da investigação, é realizar um trabalho de reflexão teórica, ancorado em pesquisa bibliográfica. Na tradição do método hipotético-dedutivo, para dar conta do objeto analisado (o imaginário político de Marina), é utilizado um esquema (o neoliberalismo *bricoleur*) que desvela a articulação de diferentes variáveis (a agenda econômica, a ideia de sustentabilidade, a metáfora da rede, o consenso moral e o messianismo). E, para testar a validade desse esquema, o trabalho recorre principalmente a dados da campanha de 2014, extraídos do programa de governo, da propaganda eleitoral, dos debates e das pesquisas.

2. Neoliberalismo e seu imaginário político

Conquanto seja o modelo dominante de capitalismo nas últimas décadas, o neoliberalismo não é homogêneo em termos teóricos e tampouco nas configurações políticas que assume, como demonstra Harvey (2005). As condições para sua ascensão, em substituição ao paradigma keynesiano do segundo pós-guerra, são criadas a partir do declínio deste, que começa a desenhar-se com o colapso do acordo de Bretton Woods, em 1971. Como o novo modelo tem um caráter mais excludente e menos propício ao crescimento econômico, sua adoção está frequentemente associada a situações de crise – ou de “choque”, como argumenta Klein (2007). Ademais, para conseguir adesão e tornar-se dominante, o neoliberalismo depende do imaginário político a ele associado. Entende-se aqui genericamente por *imaginário político* o conjunto das representações mentais compartilhadas a propósito de um dado objeto, que pode ser um líder, uma organização ou uma corrente, urdido a partir do acúmulo de impressões passadas e atualizado continuamente como resultado de novas experiências. Para ter consistência, ele precisa estar relacionado de alguma forma a características existentes, ainda que as represente de forma mais favorável, e ter uma aparente coerência, mesmo que combine elementos distintos.

As ditaduras militares de Augusto Pinochet, no Chile, e Jorge Videla, na Argentina, na década de 1970, servem como laboratórios ideais para experimentos na direção do neoliberalismo. A proeminência deste vem com a chegada ao poder da Nova Direita, por intermédio de Margaret Thatcher, em 1979, e Ronald Reagan, em 1981, que envolve a construção de um imaginário com apelo popular em resposta a situações de crise. Nos Estados Unidos do final dos anos 1970, o cenário é de estagflação: a economia patina e a inflação bate recordes. Nomeado pelo presidente Jimmy Carter para o Fed, o Banco Central norte-americano, Paul Volcker comanda um aumento brutal dos juros, jogando o país na recessão. Além disso, a crise dos reféns na embaixada dos Estados Unidos em Teerã, tomada por estudantes iranianos, arrasta-se por mais de um ano. Num discurso célebre, Carter reconhece o mal-estar no país, fala em crise de confiança e faz referência ao diagnóstico de Lasch (1979) sobre a cultura do narcisismo, que prenuncia os novos tempos. Nesse cenário, Reagan, ex-ator apelidado de O Grande Comunicador, vence as eleições de 1980 com uma mensagem de otimismo e de restauração da

confiança. Quatro anos depois, em sua campanha de reeleição, o tema é “Amanhece de novo na América”. Ele tenta inclusive se apropriar da canção *Born in the USA*, de Bruce Springsteen, uma crítica ao envolvimento norte-americano no Vietnã, como se fora um hino patriótico. No Reino Unido, o Inverno do Descontentamento de 1978-1979, marcado por uma onda de greves que gera caos no país e se torna bastante impopular, abre caminho para a vitória de Thatcher, com uma plataforma de enfrentamento dos sindicatos. Em 1982, com a Guerra das Malvinas, ela mobiliza sentimentos patrióticos e sua popularidade deslança. “A economia é o método”, pontifica Thatcher numa entrevista ao *Sunday Times* em 3 de maio de 1981, “mas o objetivo é mudar a alma.” De modo geral, o imaginário neoliberal cultiva valores como liberdade, escolha e agência. Enquanto o discurso da oposição democrata e trabalhista mantém como referência o mundo do trabalho e o papel do Estado, Reagan e Thatcher enaltecem o mundo do consumo e o papel do mercado. E, junto com o enfraquecimento do *welfare state*, vem a exaltação da responsabilidade individual.

Nos anos 1990, é a vez de democratas e trabalhistas, após uma sucessão de fracassos eleitorais, abraçarem o credo dominante, por meio da Terceira Via de Bill Clinton e Tony Blair, respectivamente. Os Novos Democratas, assim como o Novo Trabalhismo, representam uma modernização do espaço discursivo em que se movem seus partidos e consolidam o “imaginário político neoliberal” (Fraser, 1993). Para Clinton, o movimento para o centro é um meio de conquistar a confiança e o apoio do eleitorado; em sua retórica, é recorrente a metáfora do centro como um espaço de diálogo e de consenso, um mecanismo para transcender as divisões (Velasco, 2010). Similarmente, o discurso de Blair propõe-se o tempo todo a conciliar as perspectivas do Estado e do mercado, por meio de artifícios que tentam dar conta simultaneamente desses dois lados (Fairclough, 2000). Em 2002, doze anos após deixar o poder, Thatcher, indagada sobre sua maior realização, responde: “Tony Blair e o Novo Trabalhismo. Forçamos nossos oponentes a mudar suas mentes” (Burns, 2008). Evolvendo numa era de espetacularização da política, e mais especificamente de “crescente profissionalização das campanhas de *marketing* político” (Norris, 2002), o neoliberalismo implica em todas as suas formas um cuidado meticuloso com a linguagem e a imagem. Estrategista de comunicação de Reagan, Michael K. Deaver (1987: 141) afirma que, “a menos que você possa encontrar um visual que explique sua mensagem, você não pode conseguir que ela seja aceita”.

Com o concurso de instituições como o FMI, o Banco Mundial e o Departamento do Tesouro norte-americano, o neoliberalismo – condensado doutrinariamente no chamado Consenso de Washington, cidade onde essas três instituições têm sede – espalha-se nos anos 1990 pela América Latina e pelos países do Leste Europeu, impregnando o que pode ser chamado de “imaginário global” (Steger, 2008). Líderes latino-americanos como Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), do México, Carlos Menem (1989-1999), da Argentina, e Alberto Fujimori (1990-2000), do Peru, pavoneiam-se como campeões do mercado. No Brasil, Fernando Collor de Mello (1990-1992) inaugura a via neoliberal com suas medidas de abertura comercial, privatizações e enxugamento do Estado, mas, na ausência de uma base social e política sólida, opera de forma voluntarista e renuncia quando se torna alvo de um processo de *impeachment*. Itamar Franco (1992-1994), que o substitui, ao patrocinar o Plano Real para combater a inflação, lança talvez inadvertidamente as bases de uma política econômica ortodoxa, representando algo como um neoliberalismo accidental. Já Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), que fora seu ministro da Fazenda e se elege duas vezes estribado no imaginário político da estabilidade econômica, personifica de forma consciente um projeto que conquista hegemonia, no sentido gramsciano, como ele observa em várias passagens de suas memórias na presidência (Cardoso, 2015). Embora seja contemporâneo da Terceira Via e chegue a frequentar reuniões desta, seu papel lembra mais o da Nova Direita: se esta colocara em pauta o desmantelamento do *welfare state* nos países desenvolvidos, aqui se trata de esvaziar o protagonismo do Estado na promoção do desenvolvimento, que vigorara de Getúlio Vargas à ditadura militar. Além de aprofundar as medidas de Collor, ele perfilha um receituário econômico caracterizado pela austeridade monetária e fiscal e pela sobrevalorização cambial. O paralelo com Reagan e Thatcher estende-se aos procedimentos para lidar com a insatisfação dos trabalhadores: se um reprime duramente a greve dos controladores aéreos e a outra esmaga a greve dos mineiros, FHC aplica as lições de ambos ao lidar com a dos petroleiros. Em que pese o relativo sucesso no controle da inflação durante os dois mandatos de FHC, a manutenção dos juros altos e da moeda apreciada, pilares do Plano Real, engendra um desequilíbrio macroeconômico permanente e leva à quase estagnação da economia, como assinala Bresser-Pereira (2003), ex-integrante de seu governo.

Em nosso século, a posição da esquerda diante da avalanche neoliberal oscila diante de duas possibilidades. Na Europa, com a unificação monetária, há pouco espaço para resistência, e a tendência é de capitulação pura e simples dos governos social-democratas à agenda neoliberal, o que redundava no desgaste e no fracasso desses governos. É o que ocorre na Espanha, com José Luis Zapatero (2004-2011), em Portugal, com José Sócrates (2005-2011), na Grécia, com George Papandreu (2009-2011), e na França, com François Hollande (2012-2017). Na América Latina, em contrapartida, tem lugar a chamada “onda rosa”, uma leva de governos progressistas – Hugo Chávez (1999-2013) e Nicolás Maduro (a partir de 2013), na Venezuela; Néstor Kirchner (2003-2007) e Cristina Kirchner (2007-2015), na Argentina; Evo Morales (a partir de 2006), na Bolívia; Rafael Correa (2007-2017), no Equador – que se encaixam em maior ou menor grau no modelo do populismo, conforme a caracterização de Laclau (2005). Para este, o populismo estabelece uma cadeia de equivalências entre demandas populares, preparando o terreno para que elas sejam encarnadas num líder, e através dessa cadeia dá coesão a um “nós” contra um “eles”, instaurando uma fronteira interna na sociedade. Tais governos passam a questionar as prescrições dos mercados, opondo-lhes resistência em graus variados e servindo de inspiração, mais recentemente, para a nova esquerda europeia.

No Brasil, Lula (2003-2010) encarna o imaginário político da conciliação, expressa na Carta ao Povo Brasileiro e no lema “Lulinha paz e amor”, que marcam seu triunfo eleitoral em 2002. No poder, ele adota uma solução de compromisso entre neoliberalismo e keynesianismo. Por um lado, conserva-se um arcabouço econômico austero, ainda que mitigado ao longo do tempo, com a redução dos juros e do superávit primário. Por outro, confere-se ao Estado, através de gastos na área social e na infraestrutura, um papel ativo no impulsionamento da economia e na redução da desigualdade. Em princípio, uma política focalizada de transferência de renda como o Bolsa Família enquadrar-se-ia perfeitamente dentro do horizonte neoliberal. Na medida, entretanto, em que ganha escala e se combina a outras providências, ela tem um papel importante na expansão da demanda (em contraste com o keynesianismo militar de Reagan e George W. Bush nos Estados Unidos, onde altos gastos na defesa geram déficit público – um keynesianismo invertido que concentra a renda e se encaixa perfeitamente nos parâmetros neoliberais). Assim, o lulismo representa uma resistência não frontal, mas pelas bordas, ao neoliberalismo, e logra a aprovação, pelo menos parcial, dos economistas de tendência

desenvolvimentista. Em função de seu relativo sucesso, mormente na reação à crise de 2008, ele granjeia projeção internacional. Do ponto de vista da esquerda, o modelo lulista é mais bem-sucedido que a social-democracia europeia, presa à armadilha da moeda comum; na perspectiva da direita, ele é mais aceitável que as experiências mais ousadas de outros países latino-americanos. Apesar de não ter a preferência do mercado e encarar o antagonismo da grande mídia, a popularidade de sua política permite a Lula reeleger-se em 2006 e fazer sua sucessora em 2010.

Definido por Singer (2012) como um “reformismo fraco”, o lulismo fora capaz de manter por alguns anos um modelo de conciliação em que todos ganham simultaneamente. As condições, todavia, mudam. No primeiro governo Dilma Rousseff (2011-2014), a deterioração das condições econômicas (menor taxa média de crescimento e maior taxa média de inflação do que no segundo governo Lula) passa a ameaçar a continuidade do modelo. A janela de oportunidade da década anterior, caracterizada pela alta demanda por *commodities* e pela elevação dos valores destas, fecha-se, afetando igualmente outros países latino-americanos. E a timidez do lulismo em arrostar o rentismo – ou a inabilidade política com a qual se tenta implementar o que o ministro da Fazenda Guido Mantega batiza de “nova matriz econômica”, no primeiro mandato de Dilma (Singer, 2015) – cobra seu preço: na medida em que as distorções nos juros e no câmbio herdadas do período FHC não são efetivamente corrigidas, o desequilíbrio macroeconômico acaba retornando quando a conjuntura internacional se agrava.

O neoliberalismo apresenta-se, assim, como o horizonte em relação ao qual a política brasileira se define desde os anos 1990, desdobrando-se no neoliberalismo voluntarista de Collor, no neoliberalismo acidental de Itamar, no neoliberalismo hegemônico de FHC e no híbrido de neoliberalismo e keynesianismo de Lula e Dilma.

3. Marina e o neoliberalismo *bricoleur*

É nesse contexto que se pode compreender o sentido da candidatura de Marina na eleição de 2014, substituindo Eduardo Campos, de quem era vice, após o falecimento deste. Seu programa de governo (Coligação Unidos pelo Brasil, 2014), as declarações dela e de seu entorno, e a composição de sua equipe apontam claramente para uma retomada da ortodoxia neoliberal. Embora tal etiqueta em geral não seja assumida, o

economista Alexandre Rands, um dos responsáveis pelo programa, declara explicitamente: “Tenho visto cada vez mais todos os economistas convergindo para uma agenda neoliberal” (Cucolo, 2014). A agenda de Marina engloba a austeridade monetária e fiscal, a redução do papel dos bancos públicos, o fim do direcionamento do crédito para financiamento rural e habitacional, a flexibilização da Justiça trabalhista e o realinhamento da política externa em prol de parceiros mais tradicionais. Ela defende também a independência do Banco Central e a criação de um Conselho de Responsabilidade Fiscal, que na prática terceirizariam decisões cruciais da política econômica para tecnocratas ligados ao mercado, infensos portanto às ingerências de políticos eleitos pela população, a exemplo do Banco Central Europeu. No entanto, é lícito argumentar que não se trata, em princípio, de mera “segunda via do PSDB”, como Luciana Genro, a candidata do PSOL, alega em artigo (Genro, 2014) e reitera em entrevistas e debates. Tampouco se trata de uma reedição da fórmula da Terceira Via de Clinton e Blair, ainda que ela se coloque como opção à polarização entre PT e PSDB. Essas comparações não apreendem o que Marina traz de novidade, até no plano internacional.

Segundo o Estudo Eleitoral Brasileiro de 2014, realizado pelo Centro de Estudos de Opinião Pública (Cesop) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) em parceria com o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), a preferência por outros partidos que não PT e PSDB amplia a possibilidade de voto em Marina, mas a preferência pelo PSDB a amplia mais ainda (Amaral e Ribeiro, 2015: 115-116). Podemos dizer que sua candidatura representa uma atualização do imaginário neoliberal – ou um *aggiornamento* do neoliberalismo, para empregar o termo italiano que designa a adaptação da Igreja católica aos novos tempos, preconizada pelo Papa João XXIII ao convocar o Concílio Vaticano II, em 1962. Tirando partido da desaceleração do lulismo e apelando simultaneamente a um imaginário neoliberal renovado, Marina coloca-se como “sonhática” e tenta atingir um segmento do eleitorado descrente das soluções oferecidas pelo quadro político institucional brasileiro, polarizado desde 1994 entre PT e PSDB. Mais especificamente, ela oferece uma alternativa para contornar o desgaste que o neoliberalismo sofre, no Brasil (com as derrotas sucessivas dos candidatos do PSDB nas eleições para presidente) e no mundo (especialmente após a crise de 2008). No cotejo com as candidaturas derrotadas do PSDB desde 2002, ela parece capaz de atingir um público mais diversificado, conquistando a simpatia de artistas e intelectuais, atraindo

os jovens e tendo apelo inclusive entre eleitores que se consideram de esquerda ou têm uma visão crítica da sociedade. “É uma personalidade que o Brasil tampouco tem o direito de descartar”, afirma Caetano Veloso (2016) para justificar seu voto em Marina. Essa base de apoio, por sua vez, empresta à candidata um verniz adicional.

O neoliberalismo não designa apenas uma agenda econômica, como mostra Foucault (2004), pois nele a dimensão econômica coloniza o Estado, a sociedade civil e o próprio sujeito. Pensando o imaginário político projetado por Marina na campanha de 2014 como tributário do neoliberalismo, é natural que ele abarque aspectos que vão além da concepção econômica deste. Trata-se principalmente da ideia de sustentabilidade, da metáfora da rede, do consenso moral e do messianismo. Mas, ainda que sejam compatíveis com o neoliberalismo, a forma como eles se articulam em torno da candidatura representa um conjunto heteróclito. Assim, o imaginário político projetado pela figura de Marina acaba sendo a de um neoliberalismo *bricoleur*, que envolve heterogeneidade e pragmatismo.

Inspirando-se em Hayek (1948), um dos pensadores fundamentais do neoliberalismo, para quem o conhecimento de circunstâncias locais desempenha importante papel no empreendedorismo, Zahra et al. (2009) definem o *bricoleur* como o tipo de empreendedor social que se apoia fundamentalmente nesse tipo de conhecimento e usa todos os recursos disponíveis no ambiente para resolver problemas e executar tarefas. Os *bricoleurs* também estão presentes na arena política, argumenta Carstensen (2011: 147), na medida em que “atores enfrentam uma série complexa de desafios para colocar suas ideias no topo da agenda política, o que torna ainda mais importante agir pragmaticamente, juntando ideias que podem não ser logicamente compatíveis mas respondem a lógicas políticas e culturais”. Schmidt (2016: 330) classifica especificamente os líderes políticos neoliberais como ideológicos (Thatcher), oportunistas (Berlusconi, Sarkozy) ou *bricoleurs* (social-democratas como Blair), sendo os últimos “empreendedores ideacionais pragmáticos que procuram resolver problemas e forjar compromissos adicionando elementos de neoliberalismo a combinações de políticas ou programas preferidos preexistentes”.

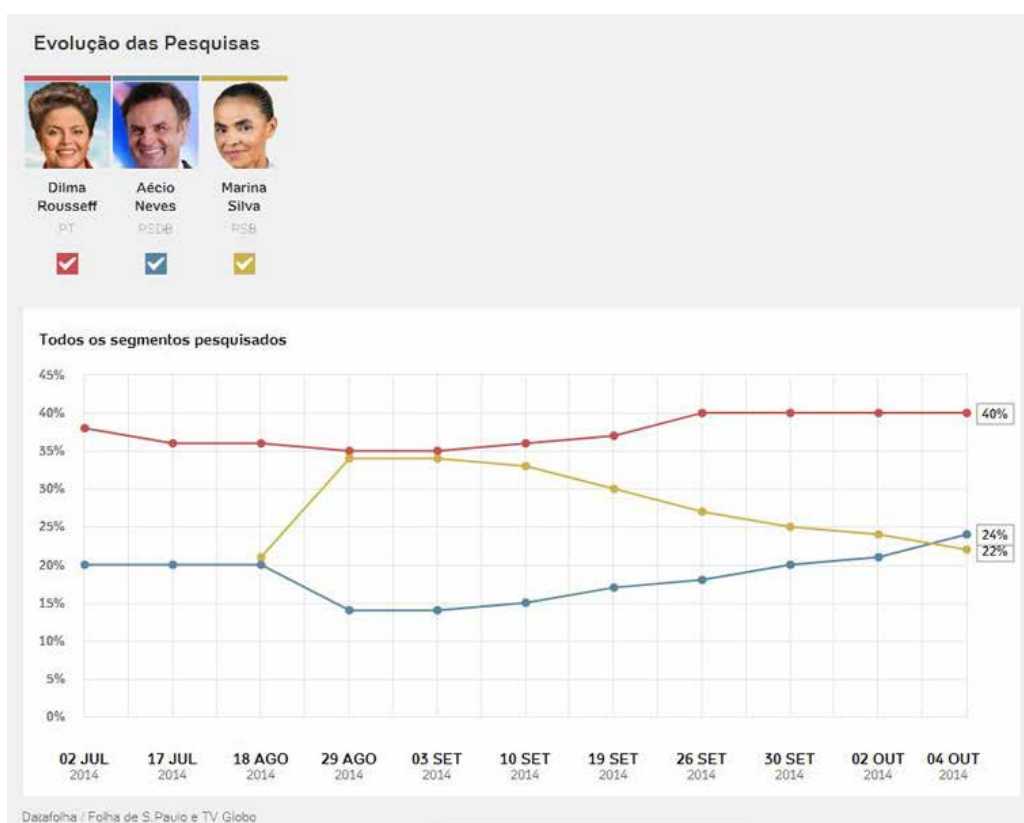
Se o imaginário político consiste num conjunto de representações mentais, a *ideologia* consiste num conjunto de valores que norteia o comportamento. Entre imaginário político e ideologia há uma estreita relação, na medida em que esta se acopla

e dá sentido àquele. Ora, em toda ideologia é possível identificar algo de bricolagem, de acordo com o raciocínio de Žižek (2008: 95). Para ele, a ideologia é uma montagem heterogênea de significantes vazios, ou seja, palavras que podem adquirir muitos significados diferentes, como “democracia”, “liberdade” etc. O que dá sentido a cada montagem é o que Laclau chama de “ponto nodal”, que corresponde ao “ponto de estofa” em Lacan. Enquanto ideologia, o neoliberalismo, por sua vez, dá conta de uma gama particularmente heterogênea de fenômenos; uma vantagem do uso do conceito é justamente a de mostrar o que têm em comum fenômenos aparentemente disparatados. Em Marina, pode-se dizer que a heterogeneidade característica da ideologia em geral e do neoliberalismo em particular é levada às últimas consequências na composição de seu imaginário político, daí a ideia de um neoliberalismo *bricoleur*. Vale notar que os elementos originais desse imaginário – a ideia de sustentabilidade, a metáfora da rede, o consenso moral e o messianismo – são bastante visíveis, enquanto o neoliberalismo, ponto nodal da montagem, aparece de forma discreta.

É verdade que os mesmos elementos poderiam ser unificados em torno de outro ponto nodal, resultando por exemplo numa posição política antissistema. O que habilita o neoliberalismo a funcionar como ponto nodal é sua posição hegemônica na sociedade contemporânea, que lhe dá força gravitacional sobre outros elementos, inclusive aqueles que teriam em tese conotação mais progressista, como a ideia de sustentabilidade e a metáfora da rede, ressignificados a partir da incidência dessa força. Cabe, a propósito, um paralelo do caso de Marina com a noção de “neoliberalismo progressista”. Com ela, aparentemente um oxímoro, Nancy Fraser (2017) refere-se a “uma aliança entre correntes *mainstream* de novos movimentos sociais (feminismo, anti-racismo, multiculturalismo e direitos LGBTQ), de um lado, e setores de negócios de primeira linha, ‘simbólicos’ e baseados em serviços (Wall Street, Silicon Valley e Hollywood), de outro”. Através dessa aliança, os progressistas emprestam seu carisma ao *establishment* neoliberal.

Como será mostrado a seguir, os ingredientes adicionados por Marina ao imaginário político do neoliberalismo são passíveis de integração, junto com a agenda econômica deste, num projeto de significativo potencial eleitoral. A construção desse projeto, contudo, está sujeita a uma série de turbulências. Deve-se levar em conta que em democracias mais novas, como a brasileira, as oscilações nas pesquisas durante as campanhas tendem a ser mais significativas, na medida em que o sistema partidário não é

muito consolidado, as preferências dos eleitores são menos ancoradas e os fatores de curto prazo têm maior impacto (Wlezien, 2010). De qualquer modo, no caso específico da campanha presidencial de 2014, as flutuações da preferência do eleitorado por Marina refletem a força e a vulnerabilidade de seu projeto. Ela obtém um rápido crescimento inicial, chegando a uma situação de empate técnico com Dilma no primeiro lugar e vencendo Dilma na simulação do segundo turno. Segue-se uma queda gradativa, até ser ultrapassada numericamente por Aécio Neves (PSDB) na disputa pelo segundo lugar na véspera do primeiro turno, segundo as pesquisas do Datafolha. Abertas as urnas, Dilma amalha 41,59% dos votos, Aécio 33,55% e Marina 21,32%.



Fonte: <https://eleicoes.uol.com.br/2014/pesquisas-eleitorais/brasil/1-turno/>

4. A ideia de sustentabilidade

A ideia de sustentabilidade é central no imaginário político de Marina. O significado vazio “sustentabilidade”, que pode assumir vários sentidos, é colocado de maneira

sistemática a serviço de sua candidatura, como um recurso que se adapta a diferentes circunstâncias e tem várias interseções com o neoliberalismo. Isso ajuda Marina a transbordar o nicho eleitoral normalmente reservado, em todo o mundo, a candidaturas ligadas ao ambientalismo.

A identificação com as causas ambientais sempre foi um diferencial de Marina, desde os tempos em que ela era companheira de militância de Chico Mendes, assassinado em 1988. Isso lhe permite atrair, após deixar o PT em 2009, alguns setores tradicionalmente alinhados à esquerda, na medida em que para eles a bandeira da sustentabilidade ganha importância em relação às causas sociais. Essa bandeira, que tem apelo junto a parcelas jovens e intelectualizadas da sociedade, é utilizada por adeptos de Marina para contrastá-la com o desenvolvimentismo de Dilma, retratada como alguém que teria obsessão por cimento, por engenharia, e que daria pouca importância, por exemplo, à questão indígena. Para eles, o tópico do meio ambiente ensejaria uma modernização de discurso em relação à esquerda tradicional.

Essa modernização, no entanto, envolve uma fluidez ideológica. Em que pese uma antiga metáfora comparar jocosamente os verdes a melancias, por serem supostamente vermelhos em seu âmago, ou seja, aliarem a preocupação ambiental a uma agenda mais tradicional de esquerda, em todo o mundo eles sempre se caracterizaram pelo embaralhamento de posições, como mostra o mapeamento de O'Neill (1995). Isso se repete no Brasil. Nas eleições de 2010, no debate da Record em 26 de setembro, Plínio de Arruda Sampaio, candidato à presidência pelo PSOL, qualifica Marina como "ecocapitalista". Quatro anos depois, em outro debate da Record, em 28 de setembro, Eduardo Jorge, candidato pelo Partido Verde que fora de Marina em 2010, proclama que os verdes não são de direita nem de esquerda.

Pode-se observar amiúde que a modernização do discurso político via ambientalismo implica sua subsunção ao paradigma neoliberal. É verdade que o neoliberalismo mais agressivo da Nova Direita é pouco afeito a regulações ambientais, embora mesmo Thatcher se tenha valido delas em sua disputa contra os mineiros britânicos. Já o neoliberalismo mais suave da Terceira Via, que penetra nas instituições da sociedade civil de diversos modos, leva mais em conta as preocupações ecológicas (Holifield, 2004: 285). A partir da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a Rio-92, organismos internacionais como o Banco Mundial, secundados

por organizações não-governamentais como Greenpeace e WWF, passam a promover soluções de mercado para os problemas ambientais.

No caso brasileiro, a compatibilização da bandeira de sustentabilidade com o neoliberalismo tem como ponto de partida uma reinterpretação do legado de Chico Mendes, com a colaboração decisiva de ativistas estrangeiros. O líder seringueiro, que teve intensa militância sindical e partidária e se engajou ativamente na luta pela reforma agrária, passa a ser descrito essencialmente como um ambientalista. A domesticação do perfil de Chico Mendes tem seu ponto culminante na campanha de 2014, quando, no debate da Bandeirantes em 26 de agosto, Marina afirma que ele fizera parte da elite assim como Guilherme Leal, fundador da Natura, ou Neca Setúbal, herdeira do Itaú. Combinando a teoria das elites de Pareto à celebração meritocrática dos melhores típica do neoliberalismo, ela expurga assim da biografia de Chico Mendes o conflito de classes.

No âmbito do lulismo, que se caracteriza por utilizar um modelo de conciliação em frentes distintas, a articulação entre sustentabilidade e neoliberalismo fora corporificada justamente por Marina. À frente do Ministério do Meio Ambiente (2003-2008) até meados do segundo governo Lula, ela patrocina ativamente a política dos créditos de carbono, chamada Redução das Emissões por Desmatamento e Degradação Florestal (REDD). Essa política é uma versão tipicamente neoliberal do discurso da sustentabilidade, na medida em que a solução dos problemas ambientais é deslocada inteiramente para o mercado. Empreendimentos que mantêm carbono fora da atmosfera, envolvendo por exemplo o plantio de florestas que sequestram carbono ou o aperfeiçoamento de fábricas com o fito de reduzir emissões, têm direito a créditos, que são revendidos para poluidores. O esquema, contudo, dá margem a tantas fraudes que Klein (2014) o qualifica como um “embuste lucrativo”. Cria-se uma rede global perversa, em que uma floresta aqui é utilizada para justificar uma fábrica poluidora acolá. Ademais, acontece um fenômeno de reificação da natureza, na medida em que todos os recursos naturais passam a ser mensurados em termos econômicos e se tornam passíveis de privatização.

O aprofundamento das perspectivas neoliberais, para as quais Marina acena, leva a articulação entre sustentabilidade e neoliberalismo a um novo patamar. Se a austeridade das políticas econômicas neoliberais se traduz em menor crescimento, tal é igualmente o objetivo de quem se preocupa com as consequências ambientais do desenvolvimento econômico. É a ligação entre essas duas perspectivas que aproxima de

Marina o economista André Lara Resende (2012), um dos pais do Plano Real, que se vale da questão ambiental como pretexto para atacar o crescimento econômico associado ao keynesianismo. Por outro lado, se determinados produtos ou serviços, como as viagens aéreas ou a pecuária bovina, têm impacto negativo no meio ambiente, a proposta de encarecê-los para inibir seu consumo enquadra-se no horizonte excludente que caracteriza o neoliberalismo. Giannetti (2010: 71), braço direito de Marina, argumenta que “pegar um avião para atravessar o Atlântico é uma extravagância sem tamanho, do ponto de vista ambiental”. Outro desatino, a seus olhos, é o consumo de carne e leite: “O preço da carne vai ter de ser muito caro, o leite terá que ficar mais caro” (ibid.: 72). Essa proposta vai na contramão da política inclusiva do lulismo, que aumenta o consumo de alimentos e o acesso ao transporte aéreo por parte dos mais pobres.

Mesmo no terreno estritamente econômico a sustentabilidade pode designar um tipo de política que serve de contraponto ao keynesianismo, ao desenvolvimentismo e às posições de esquerda em geral. Assim, a expressão “desenvolvimento sustentável”, que aparece como um mantra no discurso de Marina, sendo utilizada 36 vezes no programa de governo, assume por vezes um sentido ortodoxo, caro ao mercado, indicando por exemplo um ritmo de desenvolvimento suficientemente baixo para não ter impacto inflacionário.

Com a noção de consumo responsável, o encargo da sustentabilidade é repassado em última instância para o sujeito neoliberal. Se sob a égide do neoliberalismo o consumidor assume uma postura empreendedora como produtor de sua própria satisfação, de acordo com Foucault (2004: 232), também a responsabilidade pela preservação do meio ambiente desloca-se das grandes corporações para o cidadão comum, que atua por meio de suas decisões e comportamentos como consumidor, por exemplo aderindo a práticas de reciclagem (Castro, 2015). Marina pronuncia-se também nesse sentido, celebrando em seu programa “a participação do consumidor e a consciência da sociedade” (Coligação Unidos pelo Brasil, 2014: 65). Na mesma linha, no debate da Bandeirantes, em 26 de agosto, ela faz referência ao “empreendedorismo social”.

A despeito de sua compatibilidade com o neoliberalismo por múltiplas vias, a sustentabilidade ajuda a conferir uma conotação progressista ao imaginário político de Marina. É verdade que, embora ao longo de seu programa ela enfatize o fator da sustentabilidade, insistindo por exemplo que todas as políticas públicas o levem em conta, sua

posição com relação ao tema revela-se bastante pragmática. Em questões polêmicas, como os transgênicos, as hidrelétricas na Amazônia ou o pré-sal, ao enfrentar a pressão do agronegócio ou de outros setores e as críticas dos adversários, Marina rapidamente se esquivava à disputa e revê suas posições. Dessa maneira, a sustentabilidade tende a ser reduzida a uma “grife”, como se expressa Beto Albuquerque, candidato à vice-presidência em sua chapa (Portogente, 2014).

Enquanto grife, pode-se dizer que a sustentabilidade associada a Marina representa um *marketing case* com interesse potencial além das fronteiras do país, seja para outros líderes políticos, seja para corporações que procuram investir numa imagem moderna, social e ambientalmente responsável. No site da Natura (2014), uma das principais patrocinadoras da candidatura de Marina, é possível ler, no período eleitoral: “Elegemos a sustentabilidade como um dos pilares da condução do nosso negócio. Desde o princípio da nossa trajetória, buscamos a adoção de um modelo de desenvolvimento que almeja o equilíbrio entre economia, sociedade e meio ambiente”. Há aí, portanto, uma sinergia entre as retóricas da política e do mundo corporativo, que aproxima o imaginário em ambas as vertentes.

5. A metáfora da rede

Ao apelo à ideia de sustentabilidade é adicionada, na campanha de Marina, a invocação da metáfora da rede. Assim como “sustentabilidade”, “rede” é um significante vazio que se presta a diferentes usos.

Se a modernidade se caracteriza pela prevalência da organização hierárquica e homogênea das massas, nas últimas décadas esta dá lugar à organização descentralizada e heterogênea das redes. Ingressamos no que Castells (2000) denomina “sociedade em rede”. As redes caracterizam-se pela descentralização e pela transversalidade – os centros são pulverizados e as relações que os atravessam se multiplicam. Como demonstra Granovetter (1973; 1983), as redes articulam laços fortes (do tipo que une alguém a seus amigos) e laços fracos (do tipo que une alguém a seus conhecidos), sendo principalmente estes últimos que explicam sua abrangência.

Ao fundar sua própria legenda em 2013, Marina e seu grupo dão preferência ao termo “rede” em relação a “partido”, denominando-a Rede Sustentabilidade. Como ocorre

com a ideia de sustentabilidade, chama a atenção a afinidade de imagem entre Marina e seus principais patrocinadores, a Natura e o Itaú, quanto à metáfora da rede. Em 2013, o Itaú muda o nome da Redecard, seu braço comercial que opera com transações por cartões, para Rede. No *release* anunciando a mudança, o presidente dessa companhia explana: “Rede remete a tecnologia, agilidade e modernidade ao mesmo tempo em que cria para a marca uma personalidade jovem e conectada. Uma Rede que conecta pessoas e empresas, mudando a experiência de consumo” (Itaú Unibanco, 2013). Também nessa época, a Natura introduz uma nova estratégia de atuação, associando seu canal de vendas diretas via consultoras à Internet, sob o nome de Rede Natura (Loureiro, 2013).

Marina tem interesse especial pelas formulações de Rifkin (2012) sobre a terceira revolução industrial, tendo escrito o prefácio da edição brasileira de seu livro. Para Rifkin, cada revolução industrial alicerça-se de maneira particular no binômio energia-comunicação. A primeira baseou-se na energia do carvão e na imprensa, a segunda na energia do petróleo e em tecnologias midiáticas como o telefone, o rádio e a televisão. Na terceira revolução industrial, o aspecto distintivo é a descentralização. Com as redes distribuídas, é possível por exemplo que cada edificação tenha seu dispositivo próprio de captação de energia solar e que todos esses dispositivos estejam conectados. A Internet, por sua vez, permite um acesso muito maior de cada um ao que é produzido por governos, empresas e universidades, além de capacitar cada um a ser um fornecedor de informação.

Não é difícil perceber como a metáfora da rede articula-se de várias formas com a postura neoliberal. Já na época da chamada ideologia californiana (Barbrook e Cameron, 1996), a reivindicação de liberdade para a rede e o empreendedorismo aproximam do neoliberalismo figuras de destaque ligadas à Internet, como atesta o documentário *All watched over by machines of loving grace* (direção de Adam Curtis, 2011). Nas corporações, conforme a análise de Boltanski e Chiapello (1999), a organização em rede caracteriza o novo espírito do capitalismo. E, de modo mais geral, essa modalidade de organização reproduz o funcionamento do próprio mercado. Ao contrapor a transversalidade associada aos mecanismos de rede à verticalidade hierárquica do Estado, o programa de Marina ecoa os críticos neoliberais dessa verticalidade. Sua proposta é mudar o papel do Estado, “ir além do conceito de Estado unicamente provedor e partir para o

de Estado mobilizador” (Coligação Unidos pelo Brasil, 2014: 154), seguindo de perto a recomendação do Banco Mundial de “papéis novos e diferentes para o governo – não mais como único provedor mas como facilitador e regulador” (The World Bank, 1997: 2).

A ascensão do neoliberalismo, via Nova Direita, envolve uma articulação em rede entre *think tanks*, pensadores, empresários e políticos, mais do que uma ação através das estruturas partidárias convencionais (Mulgan, 1990: 355). Na Terceira Via, a metáfora da rede indica um gênero descentralizado de governamentalidade, com a cooperação entre o governo central, os governos locais, o mundo dos negócios, o terceiro setor, a academia etc. (Fairclough, 2000: 124). E as redes coadunam-se perfeitamente com a sociabilidade fraca típica da era neoliberal, que promove o individualismo. Segundo a frase célebre de Margaret Thatcher, “não há essa coisa de sociedade, só existem indivíduos e famílias”, mas poderíamos dizer, de outro modo, que no neoliberalismo “não há essa coisa de sociedade, só existem redes sociais”.

No caso específico das redes sociais na Internet, que emergem no contexto da Web 2.0, encontramos a ilustração por excelência dos mecanismos da governamentalidade neoliberal (Castro, 2016b). Por outro lado, elas aparecem igualmente como instrumentos privilegiados de mobilização política (Castro, 2016a). E, apesar de constituírem um formato tecnológico bastante adaptado ao neoliberalismo, podem servir também como instrumentos de resistência. A forma rede é utilizada pelos chamados “partidos-movimentos” ou “partidos 2.0” da nova esquerda europeia, como o Podemos, na Espanha, surgido a partir do movimento dos “indignados”, que se opõem ao neoliberalismo. Ela é defendida por correntes que favorecem modelos não-hierárquicos de organização, como os autonomistas, coadunando-se por exemplo com as concepções de multidão, de Hardt e Negri (2000), e de rizoma, de Deleuze e Guattari (1980). Conquanto entre essas correntes seja comum a tentação de fetichizar a forma rede, vale lembrar que o uso desta não é exclusivo da esquerda. Na Itália, por exemplo, o Movimento Cinco Estrelas, de Beppe Grillo, que conta com forte presença *online* e mecanismos organizativos horizontais, jacta-se de situar-se além das ideologias, mas adota posições de direita em temas como imigração e impostos (Bordignon e Ceccarini, 2013).

Já nas eleições de 2010 a candidatura de Marina faz um grande investimento nas redes sociais, que têm uma relação custo-benefício vantajosa e cujo perfil demográfico (majoritariamente jovem e de nível superior) coincide com o seu, obtendo nelas uma

grande penetração. A inspiração provém, reconhecidamente, da bem-sucedida campanha digital de Barack Obama nos Estados Unidos em 2008 (Hendricks e Denton, Jr., 2010) – o próprio endereço do site oficial (minhamarina.com.br) remete ao do candidato norte-americano (MyBo.com). Como sua campanha na época não compete diretamente com as dos principais contendores, Dilma e José Serra, e por isso atrai poucos ataques, as menções que ela recebe nas redes são majoritariamente positivas, o que fortalece sua imagem e contribui para que ela tenha uma votação significativa.

A despeito de não ter nenhuma relação direta com as manifestações de rua de 2013, o chamado Outono Brasileiro, Marina é a única personalidade política que delas se beneficia, a julgar por pesquisas de opinião feitas na época. Em parte, isso se deve ao fato de que as mobilizações são organizadas pelas redes sociais e ela retém das eleições de 2010 a aparência de proximidade com essas. Estando fora do governo, Marina é poupada do desgaste trazido por medidas impopulares: o aumento das tarifas de transporte, estopim das demonstrações, e a repressão dessas pela polícia, que desperta a solidariedade da população e faz com que elas se avolumem. A postura apolítica ou antipolítica difusa dos manifestantes, ademais, assemelha-se àquela promovida por Marina. Por tudo isso, em seu programa e em seu discurso, ela arvora-se para todos os efeitos em representante do espírito do movimento de 2013. “Uma militância ativa trouxe para o centro do debate novas formas de exercer a democracia e interferir nas tomadas de decisão. Para isso, vale-se da evolução das mídias alternativas, capazes de potencializar participação e formas inovadoras de mobilização” (Coligação Unidos pelo Brasil, 2014: 13). No programa eleitoral exibido na noite de 25 de setembro, Marina tenta novamente estabelecer esse vínculo, afirmando que “a sociedade [...], em junho do ano passado, decidiu ir para as ruas, pedir saúde, educação, segurança, transporte, habitação, saneamento, emprego, trabalho, respeito”.

Para quem pensa em termos de novidade, o Facebook e o Twitter, tal como as ONGs, instrumentos privilegiados pelos marinistas, são mais interessantes que órgãos tradicionais de atuação política, como partidos e sindicatos. A metáfora da rede permite atrair intelectuais engajados, como os autonomistas, cujas posições a favor de Marina repercutem nas redes sociais, além de jovens ativistas, como o jornalista Bruno Torturra, ex-Mídia Ninja, que assina a ata de fundação da Rede Sustentabilidade mas se afasta por divergências políticas posteriores. Alguns simpatizantes da tática *black bloc* defendem

Marina como contraponto à atitude repressiva adotada por governos de vários partidos (PSBD, PMDB, PT) em relação a mobilizações de rua, justificada geralmente pelos órgãos de segurança pública como reação a provocações dos adeptos dessa tática, ainda que não haja indícios de que Marina teria atitude diferente se estivesse em posição de mando.

A alardeada afinidade de Marina com os manifestantes de 2013 é posta em xeque por sua atribulada tentativa de criar a Rede Sustentabilidade, que não obtém registro a tempo de participar do processo eleitoral de 2014, forçando-a a abrigar-se no PSB, onde herda a cabeça de chapa. Essa impressão é corroborada por sua dificuldade, como candidata, em mobilizar militantes para seus eventos de campanha. No Facebook, sua campanha utiliza menos do que a de Dilma o incentivo ao engajamento *online* dos apoiadores, e menos do que a Aécio o incentivo ao engajamento *offline* (Massuchin e Tavares, 2015). No Twitter, seus seguidores ficam em franca desvantagem (LABIC, 2014). Ela acusa o golpe, denunciando a existência do que chamou de “mensalete”, um suposto esquema de pagamento a usuários das redes sociais para criticá-la (Fantti, 2014). Entre os tributários da forma rede, Marina lembra menos o Podemos do que o ideologicamente difuso partido de Beppe Grillo. Como este, ao associar sua base de sustentação às redes, ela parece ser motivada por considerações de *marketing*, além de atenuar a imagem de personalismo de seu projeto e justificar o aspecto pouco claro de suas propostas.

De qualquer maneira, embora a invocação da metáfora da rede por Marina tenha limitações em virtude de suas inconsistências, tal como ocorre com seu apelo à ideia da sustentabilidade, ela lhe garante alguma vantagem nesse ponto sobre seus adversários, que carecem de um discurso inovador.

6. O consenso moral

Se sustentabilidade e rede atraem a *intelligentsia* e os jovens (nas pesquisas Datafolha de 29 de agosto e 3 de setembro, Marina chega a superar a soma das intenções de votos em Dilma e Aécio entre os eleitores de nível superior), é preciso ir além desses segmentos para ter chances eleitorais. Um terceiro ingrediente que Marina adiciona ao imaginário do neoliberalismo, o consenso moral, tem esse potencial.

Aprofundando uma concepção que remonta ao liberalismo clássico, como mostra Mouffe (2005) via Carl Schmitt, o neoliberalismo concebe o campo político em termos de consenso racional, como uma gama de questões técnicas passíveis de solução através de especialistas. A ideologia passa ao segundo plano: para Anthony Giddens, teórico da Terceira Via, “esquerda e direita não mais permitem compreender algumas das questões políticas mais básicas que enfrentamos” (Giddens e Pierson, 1998: 152). Em seu lugar, valorizam-se a competência, a meritocracia, a excelência da gestão. Em vez da escolha entre alternativas conflitantes, as soluções de mercado são reconhecidas como racionalmente superiores e portanto como as únicas aceitáveis – como reza a máxima thatcherista, “não há alternativa” (“*there is no alternative*”).

A defesa feita por Marina de uma agenda econômica ortodoxa filia-se à concepção neoliberal de consenso racional. Mas a candidata vai além, por intermédio da noção de “nova política”. Essa expressão, utilizada pelo Novo Trabalhismo britânico no sentido de uma orientação intermediária entre direita e esquerda, nela se vincula primordialmente à proposta de uma práxis política inovadora. Trata-se de encontrar uma alternativa à “velha política”, caracterizada pelo presidencialismo de coalizão e pelo loteamento de cargos entre os partidos que compõem a base do governo. A lógica desse sistema pulverizado num enxame de legendas e dominado pelo fisiologismo é sintetizada pelo PMDB, partido-ônibus que abriga uma federação de caciques regionais e exhibe uma consistência ideológica gelatinosa. Aboletando-se indefinidamente no poder à guisa de alianças com cada governo de turno, o peemedebismo, consoante o arrazoado de Nobre (2010), representa o núcleo do modelo de governabilidade que vigora no Brasil desde a redemocratização, em 1985, descrita já na época por Souza (1988) como “centrismo invertido”. Esse modelo tem como pano de fundo um cenário internacional caracterizado, a partir dos anos 1970, por uma crise generalizada da democracia representativa, que inclui a fragmentação do sistema partidário, a volatilidade eleitoral, o desalinhamento partidário, a participação decrescente nas eleições e a filiação partidária declinante (Loomes, 2012, p. 1).

A proposta de Marina é articular transversalmente atores políticos independentemente da vinculação partidária, pinçando os melhores quadros de cada agremiação. Mas o consenso racional desdobra-se nela em consenso moral, pois trata-se da busca de homens bons não apenas no sentido de competentes, mas também de íntegros.

Essa conotação moral, por sua vez, está imbuída de um substrato religioso e de um certo udenismo, colocado na ordem do dia pela oposição tucana e midiática aos governos petistas, do qual sua candidatura se apropria. No último programa do horário gratuito, após um breve arrolamento dos problemas brasileiros, Marina afirma que “a causa desses problemas é a política atrasada, mesquinha, dominada pela corrupção”. Num quadro de criminalização da política, busca-se uma solução com o condão de atingir parcela significativa do eleitorado, reverenciando o bom-mocismo mas rechaçando concomitantemente o maniqueísmo tucano, que responsabiliza unicamente o PT pelos escândalos de corrupção. Para a campanha de Marina, o consenso moral implica dissolver “uma velha polarização que já não dá conta dos novos anseios da população” (Coligação Unidos pelo Brasil, 2014: 7). Em substituição à dualidade ideológica entre PT e PSDB, membros seletos de ambos seriam amalgamados numa frente ampla contra o atraso, criando-se um núcleo saudável de governabilidade, uma espécie de peemedebismo do bem, de maneira a reter à margem os setores fisiológicos do Congresso.

Num livro de uma equipe do Banco Mundial (Zagha et al., 2005: 321) aparece a expressão “falhas do mercado eleitoral” para designar situações em que são eleitos políticos não comprometidos com as medidas recomendadas. A mesma expressão é usada por Lago et al. (2007: 229) para designar a possibilidade de “demandas políticas partilhadas por um número significativo de indivíduos serem deixadas afinal insatisfeitas”, resultando em votos nulos, brancos e abstenções. Tomando-a na acepção genérica de carência de opções, a falha no mercado eleitoral identificada por Marina é uma lacuna no centro. Sua proposta de consenso moral ao mesmo tempo preenche essa lacuna e estabelece uma nova polaridade, entre uma elite política e o fisiologismo. Não obstante ser recorrente, essa ideia tem algo de simplista, na medida em que não atenta devidamente para o fato de que PT e PSDB pagam pedágio para a fisiologia em nome de projetos diferentes. De qualquer forma, em virtude mesmo desse simplismo, é uma ideia com potencial de angariar apoio popular. Contudo, a campanha de Marina debate-se para viabilizar-se como alternativa coerente tanto à polarização quanto ao fisiologismo.

A dissolução da polarização, para Marina, passa por conjugar a ortodoxia econômica do PSDB à agenda social do PT. Enquanto se propõe a ser mais radical do que os tucanos na ortodoxia econômica, Marina pretende ser mais generosa do que os petistas em matéria de gastos sociais, fazendo promessas ambiciosas, como o passe livre

para os estudantes e a perspectiva de tarifa zero no transporte público com apoio do governo federal. Ou seja, a candidata aparentemente não quer colocar-se simplesmente como meio-termo entre o PSDB, que acena com austeridade, e PT, que se vangloria dos avanços sociais em seus governos. Além de oferecer ao eleitor aquilo que esses dois partidos não têm, como o imaginário da sustentabilidade e da rede, Marina parece empenhada em sobrepujar cada um deles em seu próprio terreno. A radicalização de suas propostas por um lado tem como contrapartida a radicalização por outro, como se fosse um hiperlulismo, no sentido de uma conciliação entre posições mais extremadas do que aquelas unificadas pelo lulismo, justamente num momento de crise em que o jogo de ganha-ganha da época de Lula já não é mais possível.

Por ocasião do chamado “milagre econômico” brasileiro, nos tempos da ditadura, o lema enunciado pelo ministro da Fazenda Delfim Netto era primeiro fazer o bolo crescer para depois o dividir. Já a retórica neoliberal costuma ser a de “colocar ordem na casa” para aí então levar em consideração o social, embora esse tropo designe justamente tudo aquilo que vai no sentido contrário à justiça social e conote a disposição de relegar esta às calendas. Nesse sentido, em entrevista ao jornal *Valor Econômico* (Neumann e Vieira, 2014), o economista Eduardo Giannetti, um dos principais conselheiros de Marina, afirma que “os compromissos assumidos no programa serão cumpridos à medida que as condições viabilizarem, sem prejuízo do equilíbrio fiscal”. Esse é, certamente, o entendimento tácito do mercado, ao endossar a candidatura Marina quando ela desponta como favorita. A própria candidata, porém, tenta durante a campanha manter no ar a ambiguidade, por exemplo corrigindo essa declaração de seu assessor, em entrevista ao mesmo jornal: “Com certeza o que Giannetti estava dizendo é que essas coisas acontecerão juntas” (Chiaretti, 2014). À parte sugestões sobre a economia que seria conseguida reduzindo-se a corrupção ou o número de ministérios, ela deixa em aberto como coadunar uma política atrelada ao mercado com o objetivo declarado de promover justiça social, conciliando medidas que acarretam recessão e desemprego e limitam os gastos públicos com a promessa de aumentar os gastos sociais por parte do Estado.

Durante a campanha, Marina aparenta acreditar genuinamente em sua fórmula de conciliação. Sua insistência nela talvez possa ser interpretada como uma tentativa de dar conta do recrudescimento da luta de classes que marca o esgotamento do lulismo. Por um lado, há uma pressão das elites no sentido de reverter as conquistas dos

trabalhadores e do subproletariado por meio de um choque de austeridade. O caminho político óbvio para tanto é a candidatura de Aécio, e por isso Marina vê-se compelida a disputar com ele a preferência do mercado. Por outro lado, as manifestações de 2013, com suas reivindicações de melhoria dos serviços públicos (“escolas e hospitais padrão FIFA”), indicam o descontentamento das classes subalternas, em especial a chamada classe C, que tinha ascendido sob o lulismo. Como a campanha à reeleição de Dilma concentra-se em tentar reconquistar esse segmento, Marina é levada a dobrar sua aposta na área social para seguir competitiva.

A estratégia de Marina lembra a da “triangulação”, concebida por Dick Morris, assessor de Clinton, e definida por ele a um repórter australiano (O’Brien, 2000) como “tentar pegar o melhor de cada partido e combiná-los”. Há uma diferença crucial, porém. A triangulação de Clinton opera entre a velha guarda democrata, que ele substituiu, e os republicanos (o mesmo vale para Blair, que se move entre a velha guarda trabalhista e os conservadores). Mesmo aderindo a propostas dos republicanos, ele não perde apoio entre os democratas, que não têm outra opção – ou seja, ele pode avançar para o centro sem desguarnecer sua retaguarda. Já Marina tem adversários dos dois lados no primeiro turno (com o agravante de contar com apenas 2min3s de tempo em cada bloco de 25 minutos de propaganda eleitoral na televisão e no rádio, contra 11min24s de Dilma e 4min35s de Aécio). Sua situação só ficaria confortável se ela fosse ao segundo turno contra Dilma, garantindo os votos à direita, que herdaria de Aécio, e podendo confrontar a presidenta a partir do centro. Justamente por isso, que em tese faria de Marina uma candidatura mais difícil de ser derrotada do que Aécio no segundo turno, João Santana, marqueteiro da campanha petista, prioriza os ataques a ela no primeiro turno. A peça mais contundente nesse sentido, um comercial de 30 segundos lançado em 9 de setembro, critica a proposta de independência do Banco Central que consta do programa de Marina, contrapondo a imagem de banqueiros satisfeitos numa reunião à de uma família vendo desolada sua comida sumir da mesa de refeição.

Além da dificuldade em posar como alternativa viável à polarização entre PT e PSDB, Marina enfrenta o problema de mostrar como superaria concretamente os mecanismos fisiológicos do presidencialismo de coalizão. Se ela, uma vez no poder, se recusasse a entrar no jogo habitual da governabilidade, poderia acabar vítima de um isolamento similar ao que solapou as presidências de Jânio Quadros e de Collor. A comparação é

explorada em comercial da propaganda eleitoral do PT lançado em 2 de setembro, que sublinha a necessidade de apoio parlamentar para governar e questiona: “Como é que você acha que ela vai conseguir esse apoio sem fazer acordos? E será que ela quer? Será que ela tem jeito para negociar?” Um caminho possível para sair desse impasse seria uma reforma política, mas a proposta de Marina a respeito (Coligação Unidos pelo Brasil, 2014: 15) não aponta para a superação do *status quo*, não prevendo, por exemplo, cláusula de barreira ou financiamento público de campanha. Pelo contrário, parece piorar a situação: uma distribuição do tempo de propaganda eleitoral gratuita mais generosa para os partidos menores, vantajosa para o PSB e a Rede, aumentaria ainda mais a pulverização partidária, e a permissão de candidaturas avulsas debilitaria adicionalmente os partidos. É verdade que o programa menciona a possibilidade de promover referendos e plebiscitos e concede destaque à expressão “democracia de alta intensidade”, mas uma proposta de democracia direta desse jaez, que pode funcionar como alternativa a decisões via Congresso e lembra a prática do governo Chávez na Venezuela, parece demasiado radical para ser levada a sério, considerando o tom geral da campanha de Marina. Sem outra perspectiva de governabilidade a oferecer, a candidata deixa transparecer já na campanha um desenvolvimento pragmático: além de depender de doações empresariais em proporção semelhante às de Dilma e Aécio (Mancuso et al., 2016), suas alianças estendem-se a caciques conservadores. Assim, fica vulnerável à acusação de que ela própria se exime de seu pretendido consenso moral e de que sua nova política não passa de um rótulo. Um comercial da campanha de Dilma arguiu essa contradição:

Finalmente, Marina apresentou uma grande novidade nesta campanha: ela revelou com quem pretende renovar a política. Com os Bornhausen, por exemplo, representantes dos ruralistas e dos banqueiros. Gente que vem lá do tempo da Arena e da ditadura. E Heráclito Fortes, ex-Arena, ex-PFL e ex-DEM. Se Marina tem alguma coisa de novo, certamente não são as suas companhias.

7. O messianismo

Numa época caracterizada pela “ascensão da política centrada no candidato” (Wattenberg, 1991), o principal fator que leva campanhas eleitorais a enfatizarem a pessoa do candidato é a intenção de conferir-lhe credibilidade, fornecendo detalhes biográficos

para mostrar seu caráter e sua afinidade com os eleitores; recorrendo a ações anteriores como testemunho de seu compromisso com determinados temas; relatando realizações passadas para indicar seu conhecimento e competência (Arbour, 2014: 6). Como em Reagan e Thatcher, da Nova Direita, e em Clinton e Blair, da Terceira Via, o carisma pessoal de Marina é colocado a serviço de uma causa. Mas nela esse carisma adquire uma certa dimensão messiânica, para o qual contribuem sua história pessoal, sua trajetória política e sua referência religiosa. O messianismo complementa o *aggiornamento* do imaginário neoliberal por ela promovido.

Para Sullivan et al. (1990), ao avaliar um candidato os eleitores costumam valorizar dois diferentes modelos, o do “super-homem” (ou “supermulher”), que se eleva acima das limitações da natureza humana, e o do “homem comum” (ou “mulher comum”), que se assemelha ao indivíduo médio. Marina combina aspectos de ambos. Em sua personagem parece haver algo de *cool*, de diferente, em parte devido a sua estratégia de construção de imagem, em parte devido ao que se projeta nela. À parte Lula, com quem tem em comum o sobrenome “Silva”, paradigmaticamente popular (e que, aliás, remete etimologicamente a “selva”), é difícil encontrar no Brasil um político de projeção com imagem tão singular. Ademais, seus adversários eleitorais não se destacam nesse quesito. A peculiaridade de sua figura, de origem pobre, negra, oriunda da floresta amazônica (vínculo reforçado pelo uso de indumentárias regionais), com um certo exotismo de alcance internacional, é reforçada por uma história pessoal de superação. Seu site de campanha (Marina Silva, 2014) extrai dessa história traços inspiradores de tipo messiânico, descrevendo-a como alguém que “traz esperança”, pois “a história de Marina Silva faz acreditar que nada é impossível”.

A essa história pessoal mescla-se uma trajetória política que, durante muito tempo, se desenrola no campo popular. Tendo militado nas comunidades eclesiais de base e atuado em empates nos seringais ao lado de Chico Mendes, Marina ingressou no PT, integrou a corrente Partido Revolucionário Comunista, liderada por José Genoíno, e elegeu-se para diversos cargos, chegando ao Ministério do Meio Ambiente no governo Lula. A associação aos nomes de Chico Mendes e Lula, em particular, contribuiu para sua projeção no exterior. O carisma de Marina como liderança política é formulado por seu site (Marina Silva, 2014) em termos de poder messiânico: “Quem nunca se interessou por política decide se unir a Marina Silva depois de ouvi-la”.

Em que pese sua militância católica na juventude, sob a égide da Teologia da Libertação, Marina tornou-se evangélica aos 42 anos, quando se curou de um problema de saúde. Sua devoção chegou ao ponto de realizar prédicas em cultos (algumas disponíveis em vídeo na Internet), utilizando linguagem inflamada e fazendo menção a milagres. Por sua própria admissão, costuma consultar a Bíblia antes de tomar decisões importantes. Ela ostenta assim uma dimensão espiritual – apontada, aliás, por Spretnak e Capra (1985) como um dos princípios da política verde –, além da valorização do bem-estar material usualmente oferecida pelos candidatos aos eleitores. Escolhida pelo PSB para substituir Eduardo Campos poucos dias após a morte do companheiro de chapa, num acidente aéreo, em 13 de agosto, o impacto emocional do trágico episódio ajuda a catapultá-la nas primeiras pesquisas de intenção de voto nas quais figura seu nome, e ela própria contribui para imprimir uma dimensão messiânica a sua candidatura, salientando que esta é resultado de um desígnio divino.

As novidades introduzidas pela candidatura de Marina também concorrem para seu messianismo, que contrasta com a racionalidade tecnocrática do projeto neoliberal do PSDB. A ideia de sustentabilidade acopla a sua figura a conotação de idealismo em escala planetária; a metáfora da rede associa sua imagem às formas mais avançadas de organização na contemporaneidade; a condição de enunciadora de um consenso moral sugere uma posição de transcendência em relação às divisões e mesquinhas da política. E, na medida em que, com o desdobramento da campanha, as incongruências de seu projeto vão ficando evidentes, o aspecto messiânico adquire importância crescente.

As eleições de 2014 representam a maior oportunidade em vinte anos de romper a polarização PT-PSDB, por conta da crise econômica e política que se delineia no final do primeiro governo Dilma e do potencial de Marina para ir além do eleitorado tucano. Marina tem algo em comum com Reagan e Thatcher, a chance de aproveitar-se de uma situação de crise para vencer as eleições como oposição. Com Clinton e Blair, ela partilha o fato de colocar-se como terceira via. E, diante da desilusão com a política institucional exposta pelas manifestações de 2013, ela conta com uma imagem individual como *outsider*.

Na tentativa de oferecer uma opção convincente para o eleitorado, porém, a candidatura de Marina esbarra em uma série de limitações. “O ponto crucial no trabalho

de campanha, o que define uma campanha”, observa Stockwell (2005: 76), “é um compromisso com consistência e eficácia estratégica: toda atividade de campanha deve ser coesa com a mensagem central e direcionada para alcançar o resultado desejado.” Na campanha de Marina, a mensagem central de mudança contida no imaginário que ela procura projetar é comprometida, na medida em que se evidencia que sustentabilidade e rede funcionam em seu discurso essencialmente como grife, sua proposta de nova política não toca nas estruturas vigentes e a ortodoxia econômica que defende não é compatível com suas promessas sociais. O direcionamento da campanha, por sua vez, esbarra em problemas práticos: a inconsistência do programa oficial de governo, que contém trechos plagiados de diversas fontes e muda ao sabor de pressões – é um programa “escrito a lápis”, na definição de Aécio (Marques, 2014); a tendência da candidata a adaptar o discurso a cada plateia, que a leva a desdizer-se com frequência; a pluralidade de pessoas que falam por ela, sem necessariamente estarem em acordo entre si. Idealmente, a plataforma de campanha funciona como “uma avenida através da qual um candidato oferece políticas específicas para reforçar sua imagem” (Newman, 1994: 88); na prática, o detalhamento de promessas por parte da campanha de Marina tem o efeito oposto, tornando-se fonte de confusão. Obstáculos adicionais são a base social precária de sua candidatura, o ecletismo dos apoios que recebe e a falta de coordenação com aliados, que comprometem a estrutura da campanha. Em diversos aspectos a campanha parece amadora, talvez porque o projeto e a postura de Marina não estão suficientemente maduros – conquanto ela já tivesse sido candidata à presidência antes, sua candidatura em 2014 é improvisada por força das circunstâncias. A propósito, Iain Duncan Smith comenta numa entrevista (Lees-Marshment, 2011, p. 51) a dificuldade de implementar uma estratégia sem tê-la definido com a devida antecedência, quando líder dos conservadores em oposição a Blair: “Talvez parte do problema era que ainda estávamos trabalhando nela, como uma obra em progresso, enquanto a estávamos executando”. Mas as vicissitudes da campanha também lançam dúvidas sobre a capacidade de Marina em exercer uma liderança eficaz. Tudo isso, destacado com competência pelos rivais, especialmente o PT (Borba et al., 2015), e explorado sem condescendência nas redes sociais, ajuda a minar sua credibilidade. Ela é prejudicada também por aquilo que estrategistas políticos denominam “jogo de expectativas” (Burton e Shea,

2010: 166-167) – se uma candidatura emerge como favorita, como ocorre num dado momento com a de Marina, indícios de sua fragilidade atraem especialmente a atenção.

A imagem de Marina, utilizada para compensar as limitações de sua candidatura, também se desgasta durante a campanha. Como estratégia eleitoral, a postura suprapartidária é um partidarismo disfarçado para diferenciar-se dos concorrentes, mas é difícil de ser mantida em condições adversas. Retratada como alguém que representa os bons, pairando acima dos partidos e das posições à direita e à esquerda, ao deparar-se com críticas Marina vacila entre pretender estar em outro nível, fazer-se de vítima ou desqualificar a crítica como ataque e tentativa de destruição. Ela “não quer o debate”, reclama em certo momento Aécio (Fasano, 2014). Logo, porém, a pose messiânica cede lugar à frustração e ao ressentimento. Quando ainda está bem posicionada nas pesquisas, Marina aparece sorridente, no programa de 4 de setembro, anunciando: “Não vamos desperdiçar nosso tempo com ataques e agressões como fazem os adversários”. Com a queda progressiva nas sondagens, a atitude muda. Concluindo o programa da tarde de 2 de outubro, último dia de propaganda eleitoral, ela aparece numa peroração exaltada contra Dilma, que indica como seu campo parece nesse momento à deriva:

Quem não foi nem vereadora e que vira presidente do Brasil não entende isso, come pela boca do marqueteiro, come pela boca do assessor. Não me venha chamar de mentirosa. Mentira é quem diz que não sabe que tinha roubo na Petrobras, mentira é quem diz que não sabe o que está acontecendo na corrupção deste país.

Esse ataque contraria preceitos corriqueiros do *marketing* eleitoral: evitar colocar o próprio candidato hostilizando os adversários, sobretudo nesse tom, pois há evidências empíricas de que a propaganda negativa prejudica também quem a patrocina (Merritt, 1984) e é mais eficiente quando terceirizada (Garramone, 1985), e tampouco encerrar a campanha numa nota negativa. Em termos de conteúdo, a crítica à inexperiência política de Dilma antes de assumir a presidência soa como algo defasado, que faria sentido em 2010, mas não em 2014, quando ela já está terminando seu primeiro mandato. Chama também a atenção uma personalização excessiva: se a estratégia argumentativa típica da situação é “o mundo atual está bom e ficará ainda melhor” e a da oposição é “o mundo atual está ruim, mas ficará bom” (Figueiredo et al., 1997), nesse caso Marina parece dizer simplesmente que “ela é má, mas eu sou boa”. Há, ademais, uma nítida

alteração na postura de Marina entre a autoconfiança exalada nos primeiros debates e o abatimento externado no último, dia 2 de outubro, na Globo, quando ela provavelmente já antevê que não chegaria ao segundo turno. Além disso, ao contrário do que tinha feito em 2010, dessa vez Marina hipoteca apoio ao candidato tucano no segundo turno, abandonando todo o investimento anterior numa pretensa equidistância entre os polos representados por PT e PSDB. Tendo-se proposto inicialmente a romper a polarização, ela acaba tomando partido justamente quando essa polarização atinge o grau máximo de recrudescimento, atitude que um manifesto de integrantes da própria Rede Sustentabilidade, então em formação, vergasta como um “grave erro político” (Passarinho, 2014).

8. Considerações finais

Este artigo procura entender o imaginário político de Marina Silva tendo como base a eleição de 2014. Em função desse foco, as demais candidaturas são abordadas apenas na medida em que interagem de alguma forma com a dela. Para efeito de contextualização, são considerados os cenários mundial e brasileiro anteriores àquela eleição, mas escapam do escopo do artigo os desdobramentos posteriores, seja em termos da atuação de Marina, seja em termos da conjuntura política no mundo e no Brasil.

A premissa aqui adotada é que o neoliberalismo funciona como paradigma da política brasileira desde os anos 1990, exercendo decisiva influência sobre a agenda econômica e o imaginário político dos governos e das candidaturas mais competitivas. No caso específico de Marina, a análise procura mostrar que o neoliberalismo serve como fio condutor entre os diversos aspectos de sua candidatura, mas, por conta da heterogeneidade e pragmatismo destes, se trata de uma espécie de neoliberalismo *bricoleur*.

Em função das dificuldades na mediação que propõe entre a agenda neoliberal e as expectativas dos eleitores, o imaginário político de Marina está sujeito a tensões e contradições, potencializadas por uma série de deficiências da campanha. Por isso a candidata, apesar de contar de saída com elementos poderosos a seu favor, acaba acumulando uma série de desgastes durante o processo eleitoral, em contraste com o saldo positivo de sua primeira disputa presidencial, em 2010.

Referências

- Amaral, Oswaldo E. do; Ribeiro, Pedro Floriano. 2015. Por que Dilma de novo? Uma análise exploratória do Estudo Eleitoral Brasileiro de 2014. *Revista de Sociologia e Política*, 23(56): 107-123.
- Arbour, Brian. 2014. *Candidate-centered campaigns: political messages, winning personalities, and personal appeals*. New York: Palgrave Macmillan.
- Barbrook, Richard; Cameron, Andy. 1996. The Californian ideology. *Science as Culture*, 6(1): 44-72.
- Boltanski, Luc; Chiapello, Ève. 1999. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard.
- Borba, Felipe de Moraes; Veiga, Luciana Fernandes; Martins, Flávia Bozza. 2015. Propaganda negativa na campanha presidencial em 2014. Ou como tudo que é frágil se desmancha no ar. *Revista Estudos Políticos*, 6 (1): 171-189.
- Bordignon, Fabio; Ceccarini, Luigi. 2013. Five Stars and a cricket. Beppe Grillo shakes Italian politics. *South European Society and Politics*, 18(4): 427-449.
- Bowler, Shaun; Farrell, David M. 1992. The study of election campaigning. In S. Bowler e D. M. Farrell (eds.). *Electoral strategies and political marketing*. Basingstoke and London: Macmillan Press, p. 1-23.
- Bresser-Pereira, Luiz Carlos. 2003. O Segundo Consenso de Washington e a quase estagnação da economia brasileira. *Revista de Economia Política*, 23(3): 3-34.
- Burns, Conor. 2008. Margaret Thatcher's greatest achievement: New Labour. Disponível em <<http://conservativehome.blogs.com/centreright/2008/04/making-history.html>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Burton, Michael John; Shea, Daniel M. 2010. *Campaign craft: the strategies, tactics, and art of political campaign management*. 4th ed. Santa Barbara: Praeger.
- Cardoso, Fernando Henrique. 2015. *Diários da Presidência, 1995-1996*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Carstensen, Martin B. 2011. Paradigm man vs. the bricoleur: bricolage as an alternative vision of agency in ideational change. *European Political Science Review*, 3(1): 147-167.
- Castells, Manuel. 2000. *The rise of the network society*. 2nd ed. Oxford and Malden: Blackwell.
- Castro, Julio Cesar Lemes de. 2015. O consumidor como agente no neoliberalismo. *Matrizes*, 9(2): 273-288.

- Castro, Julio Cesar Lemes de. 2016a. Das massas às redes: comunicação e mobilização política. In E. Jesus, E. Trindade, J. Janotti e M. Roxo (orgs.), *Reinvenção comunicacional da política: modos de habitar e desabitatar o século XXI*. Salvador: EDUFBA/Brasília: Compós, p. 149-166.
- Castro, Julio Cesar Lemes de. 2016b. Social networks as dispositives of neoliberal governmentality. *Journal of Media Critiques*, 2(7): 85-102.
- Chiaretti, Daniela. 2014. Ajuste fiscal e ações sociais virão juntos, diz Marina. *Valor Econômico*, 11 de setembro.
- Coligação Unidos pelo Brasil. 2014. Programa de governo: plano de ação para mudar o Brasil. Disponível em < <http://marinasilva.org.br/wp-content/uploads/programa.pdf> >. Acesso em: 4 set. 2017.
- Cucolo, Eduardo. 2014. Economista ligado a Marina defende “agenda neoliberal” e autonomia do BC. *Folha de S.Paulo*, 4 de setembro.
- Deaver, Michael K. (with Mickey Herskowitz). 1987. *Behind the scenes*. New York: William Morrow.
- Deleuze, Gilles; Guattari, Félix. 1980. *Capitalisme et schizophrénie 2: mille plateaux*. Paris: Minuit.
- Fairclough, Norman. 2000. *New labour, new language?* London and New York: Routledge.
- Fantti, Bruna. 2014. Marina acusa adversários de fazer “mensalete” para atacá-la na Internet. *Folha de S.Paulo*, 25 de setembro.
- Fasano, Bruna. 2014. “Uma baixou o nível e a outra não quer debate”, diz Aécio. 12 de setembro. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/politica/uma-baixou-o-nivel-e-a-outra-nao-quer-debate-diz-aecio/>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Figueiredo, Marcus; Aldé, Alessandra; Dias, Heloísa; Jorge, Vladimir L. 1997. Estratégias de persuasão eleitoral: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. *Opinião Pública*, 4(3): 182-203.
- Foucault, Michel. 2004. *Naissance de la biopolitique: cours au Collège de France, 1978-1979*. Paris: Gallimard/Seuil.
- Fraser, Nancy. 1993. Clintonism, welfare, and the antisocial wage: the emergence of a neoliberal political imaginary. *Rethinking Marxism*, 6(1): 9-23.
- Fraser, Nancy. 2017. The end of progressive neoliberalism. Disponível em <https://www.dissentmagazine.org/online_articles/progressive-neoliberalism-reactionary-populism-nancy-fraser>. Acesso em: 4 set. 2017.

- Garramone, Gina M. 1985. Effects of negative political advertising: the roles of sponsor and rebuttal. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, v. 29, n. 2, p. 147-159.
- Genro, Luciana. 2014. Marina é a segunda via do PSDB. 20 de agosto. Disponível em <<http://www.cartacapital.com.br/politica/marina-e-a-segunda-via-do-psdb-9911.html>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Giannetti, Eduardo. 2010. Estamos presos a uma corrida armamentista de consumo. In R. Arnt (org.), *O que os economistas pensam sobre sustentabilidade*. São Paulo: Editora 34, p. 65-85.
- Giddens, Anthony; Pierson, Christopher. 1998. *Conversations with Anthony Giddens: making sense of modernity*. Cambridge (UK): Polity.
- Granovetter, Mark S. 1973. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6): 1360-1380.
- Granovetter, Mark S. 1983. The strength of weak ties: a network theory revisited. *Sociological Theory*, 1: 201-233.
- Hardt, Michael; Negri, Antonio. 2000. *Empire*. Cambridge (MA) and London: Harvard University Press.
- Harvey, David. 2005. *A brief history of neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Hayek, Friedrich A. 1948. The use of knowledge in society. In *Individualism and economic order*. Chicago: University of Chicago Press, p. 77-91.
- Hendricks, John Allen; Denton, JR., Robert E. (eds.). 2010. *Communicator-in-chief: how Barack Obama used new media technology to win the White House*. Lanham: Lexington Books.
- Holifield, Ryan. 2004. Neoliberalism and environmental justice in the United States environmental protection agency: translating policy into managerial practice in hazardous waste remediation. *Geoforum*, 35(3): 285-297.
- Itaú Unibanco. 2013. Redecard agora é Rede. 21 de outubro. Disponível em <<https://www.itaubank.com.br/imprensa/releases/redecard-agora-e-rede.html>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Klein, Naomi. 2007. *The shock doctrine: the rise of disaster capitalism*. New York: Metropolitan.
- Klein, Naomi. 2014. *This changes everything: capitalism vs. the climate*. Toronto: Alfred A. Knopf Canada.
- LABIC. 2014. #eleições2014/Marina Silva. Disponível em <<http://labic.net/eleicoes2014/marina/>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Laclau, Ernesto. 2005. *On populist reason*. London and New York: Verso.

- Lago, Ignacio; Montero, José Ramón; Torcal, Mariano. 2007. The 2006 regional election in Catalonia: exit, voice, and electoral market failures. *South European Society and Politics*, 12(2): 221-235.
- Lasch, Christopher. 1979. *The culture of narcissism: American life in an age of diminishing expectations*. New York: Warner.
- Lees-Marshment, Jennifer. 2011. *The political marketing game*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan.
- Loomes, Gemma. 2012. *Party strategies in Western Europe: party competition and electoral outcomes*. London and New York: Routledge.
- Loureiro, Michele. 2013. Para a Natura, chegou a hora de mudar. 29 de maio. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1042/noticias/chegou-a-hora-de-mudar>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Mancuso, Wagner Pralon; Horochovski, Rodrigo Rossi; Camargo, Neilor Fermino. 2016. Empresários e financiamento de campanhas na eleição presidencial brasileira de 2014. *Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política*, 25(3): 38-64.
- Marina Silva. 2014. #40razoes para votar em Marina Silva. 23 de agosto. Disponível em <<http://marinasilva.org.br/40razoes/>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Marques, José. 2014. Aécio provoca Marina e diz que entregará programa “feito a caneta”. 16 de setembro. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1516968-aecio-provoca-marina-e-diz-que-entregara-programa-feito-a-caneta.shtml>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Massuchin, Michele Goulart; Tavares, Camilla Quesada. 2015. Campanha eleitoral nas redes sociais: estratégias empregadas pelos candidatos à Presidência em 2014 no Facebook. *Revista Compolítica*, 5(2): 75-112.
- Merritt, Sharyne. 1984. Negative political advertising: some empirical findings. *Journal of Advertising*, v. 13, n. 3, p. 27-38.
- Mouffe, Chantal. 2005. *On the political*. London and New York: Routledge.
- Mulgan, Geoff. 1990. The power of the weak. In S. Hall e M. Jacques (eds.), *New times: the changing face of politics in the 1990s*. London and New York: Verso, p. 347-363.
- Natura. 2014. Sustentabilidade. Disponível em <<http://www.natura.com.br/www/a-natura/sustentabilidade/>>. Acesso em: 24 set. 2014.

- Neumann, Denise; Vieira, Catherine. 2014. Programa de Marina será cumprido quando conta fiscal permitir. *Valor Econômico*, 8 de setembro.
- Newman, Bruce I. 1994. *The marketing of the president: political marketing as campaign strategy*. Thousand Oaks, London and New Delhi: SAGE.
- Nobre, Marcos. 2010. O fim da polarização. *Piauí*, 51.
- Norris, Pippa. 2002. Campaign communications. In LeDuc, Lawrence; Niemi, Richard G.; Norris, Pippa. *Comparing democracies 2: new challenges in the study of elections and voting*. London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE, p. 127-147.
- O'Brien, Kerry. 2000. Dick Morris on Bill Clinton. Disponível em: <<http://www.abc.net.au/7.30/stories/s127980.htm>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- O'Neill, Michael. 1995. Of watermelons and cucumbers: Europe's green parties – an exercise in ideological mapping. *Contemporary Politics*, 1(3): 102-125.
- Passarinho, Nathalia. 2014. Manifesto de integrantes da Rede rejeita apoio de Marina Silva a Aécio. 13 de outubro. Disponível em <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/manifesto-de-integrantes-da-rede-rejeita-apoio-de-marina-silva-aecio.html>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Portogente. 2014. ABPA recebe candidato à vice-presidência, Beto Albuquerque. 17 de setembro. Disponível em <<https://portogente.com.br/noticias-do-dia/abpa-recebe-candidato-a-vice-presidencia-beto-albuquerque-83550>>. Acesso em: 4 set. 2017.
- Resende, André Lara. 2012. Os novos limites do possível. *Valor Econômico*, 20 de janeiro.
- Rifkin, Jeremy. 2012. *A terceira revolução industrial: como o poder lateral está transformando a energia, a economia e o mundo*. São Paulo: M. Books.
- Schmidt, Vivien A. 2016. The roots of neo-liberal resilience: explaining continuity and change in background ideas in Europe's political economy. *British Journal of Politics and International Relations*, 18(2): 318-334.
- Singer, André. 2012. *Os sentidos do lulismo: reforma gradual e pacto conservador*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Singer, André. 2015. Cutucando onças com varas curtas: o ensaio desenvolvimentista no primeiro mandato de Dilma Rousseff (2011-2014). *Novos Estudos Cebrap*, 34(2): 43-71.
- Souza, Maria do Carmo Campello de. 1988. A Nova República brasileira: sob a espada de Dâmocles. In A. Stepan (org.), *Democratizando o Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, p. 563-627.

- Spretnak, Charlene; Capra, Fritjof (in collaboration with Rüdiger Lutz). 1985. *Green politics*. London: Paladin/Grafton Books.
- Steger, Manfred B. *The rise of the global imaginary: political ideologies from the French Revolution to the Global War on Terror*. Oxford and New York: Oxford University Press, 2008.
- Stockwell, Stephen. 2005. *Political campaign strategy: doing democracy in the 21st century*. Melbourne: Australian Scholarly.
- Sullivan, John L.; Aldrich, John H.; Borgida, Eugene; Rahn, Wendy. 1990. Candidate appraisal and human nature: man and superman in the 1984 election. *Political Psychology*, v. 11, n. 3, p. 459-484.
- The World Bank. 1997. *The state in a changing world: world development report 1997*. New York: Oxford University Press.
- Velasco, Antonio de. 2010. *Centrist rhetoric: the production of political transcendence in the Clinton presidency*. Lanham: Lexington Books.
- Veloso, Caetano. 2016. Um voto. *Revista Fevereiro*, 9.
- Wattenberg, Martin P. 1991. *The rise of candidate-centered politics: presidential elections of the 1980s*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- Wlezien, Christopher. 2010. Election campaigns. In LeDuc, Lawrence; Niemi, Richard G.; Norris, Pippa (eds.). *Comparing democracies 3: elections and voting in the 21st century*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington: SAGE, p. 98-117.
- Zagha, Roberto; Nankani, Gobind; and team. 2005. *Economic growth in the 1990s: learning from a decade of reform*. Washington: World Bank.
- Zahra, Shaker A.; Gedajlovic, Eric; Neubaum, Donald O.; Shulman, Joel M. 2009. A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5): 519-532.
- Žižek, Slavoj. 2008. *The sublime object of ideology*. 2nd ed. London and New York: Verso.

Recebido: 2/9/2017

Aceito: 19/12/2017