

“O povo vai voltar a comer picanha e fazer churrasquinho”

Discursos, símbolos e identidades no campo político brasileiro

“People will eat rump steak and have barbecue again”

Discourses, symbols and identities in the Brazilian political field

Máximo Augusto Campos Masson*
Charle Ferreira Paz**

► DOI: <https://doi.org/10.14295/principios.2675-6609.2025.171.011>



Depositphotos

RESUMO

O artigo analisa o discurso de Luiz Inácio Lula da Silva na campanha a presidente de 2022, considerando-o como produção simbólica. São analisadas as palavras *picanha*, *churrasquinho* e *povo* como elementos centrais de uma estratégia discursiva objetivando estabelecer elos de identificação entre Lula e os receptores do discurso e estigmatizar o candidato de extrema direita Jair Bolsonaro. A análise é desenvolvida com base em conceitos de Pierre Bourdieu e Jesus Martin-Barbero, como poder simbólico, *habitus* de classe, posição de classe, campo político, opinião política delegada e reflexiva, mediação entre emissores e receptores, identidade e trajetória. Analisa-se a eficácia do discurso de Lula, as interpretações de seus receptores e as relações entre o simbolismo do discurso e os propósitos políticos do então candidato Lula para a sociedade brasileira, considerando as posições das classes dominadas e da “nova burguesia nacional”.

Palavras-chave: Luiz Inácio Lula da Silva. Capital simbólico. Poder simbólico. Discurso político. Eleições presidenciais brasileiras.

ABSTRACT

The article analyses Luiz Inácio Lula da Silva's discourse in the 2022 presidential campaign, considering it as a symbolic production. The words *picanha* (rump steak), *churrasquinho* (barbecue) and *povo* (people) are analyzed as core elements of a discursive strategy aimed at establishing links of identification between Lula and the receivers of his discourse, as well as promoting the stigmatization of far-right candidate Jair Bolsonaro. The analysis is based on concepts from Pierre Bourdieu and Jesus Martin-Barbero such as symbolic power, class *habitus*, class position, political field, delegated political opinion and reflexive mediations between senders and receivers, identity and trajectory. The effectiveness of Lula's discourse and the interpretations of its receivers are analyzed, as well as the relationship between discourse's symbolism and the political aims of Lula the candidate for Brazilian society, considering the positions of the dominated classes and the “new national bourgeoisie”.

Keywords: Luiz Inácio Lula da Silva. Symbolic capital. Symbolic power. Political discourse. Brazilian presidential elections.

1. INTRODUÇÃO

As eleições presidenciais de 2022 foram marcadas por intensa disputa simbólica entre os principais candidatos, Lula e Bolsonaro, sendo as redes sociais o espaço de maior impacto comunicacional, superando meios de comunicação mais tradicionais.

Ao contrário das redes sociais, nestes últimos a capacidade de retransmissão de mensagens pelos agentes receptores é significativamente menor em virtude da quase total indisponibilidade de recursos tecnológicos próprios.

A eficácia comunicacional das redes sociais se deve em grande parte à integração progressiva e veloz entre os que compartilham as mensagens que circulam. Nelas, a reprodução ampliada e contínua de mensagens se faz em proporção geométrica, e tende a ser alterada a condição dos receptores. Estes podem ser também emissores, não se limitando ao consumo de mensagens de terceiros, assumindo a condição de produtores, intervindo em formulações originais e disseminando-as em círculos sociais de sua escolha. Condição inédita em termos de comunicação não presencial, só realizável por força de maiores possibilidades individuais de manuseio dos meios midiáticos pertinentes às redes, isto é, celulares, e pela ampliação mundial do mercado consumidor desses meios¹.

Todavia, mesmo com as transformações recentes nos meios de comunicação, produtoras de efeitos expressivos no campo político, mensagens permanecem sendo expressões discursivas. Como tais, são produções simbólicas de agentes sociais posicionados em campos sociais, em interação com os demais agentes neles inseridos². A análise das produções simbólicas deve ter em conta as características da estrutura do campo em que elas são formuladas. Estruturas estruturantes da elaboração e disseminação dessas produções, gerando efeitos sobre os modos empregados pelos que as produzem e difundem e sobre as formas de recepção dos que constituem suas “audiências”, as quais, com o advento das redes sociais, podem ter potenciais novos emissores.

Independentemente de mudanças tecnológicas, os receptores não são agentes passivos, e sim ativos intérpretes de toda produção simbólica. Como Martin-Barbero (2006) salientou, as interpretações se fazem em processos contínuos de recodificação e ressignificação mediados por dispositivos culturais pertinentes aos receptores. Martin-Barbero, ao sublinhar as mediações presentes nos processos comunicacionais — influência dos “estudos culturais”³ —, se aproxima de análises de Bourdieu, as quais também atentam para a não passividade dos agentes sociais, ressaltando que interpretações são práticas sociais concretizáveis graças a dispositivos dos *habitus* de classe que os agentes sociais portam, incorporados pelos processos de socialização. As interpretações podem produzir, com subsequentes efeitos políticos, identificações ou, inversamente, distanciamentos e reações negativas entre emissores e receptores.

1 Apesar do custo elevado, o ingresso de novos modelos no mercado é acompanhado de intensa oferta de crédito a potenciais consumidores, mesmo em sociedades de grande desigualdade de renda como a brasileira, favorecendo a recomercialização de produtos antigos e proporcionando a disseminação do uso de *smartphones* ou *androids* em número muito superior ao de *tablets* ou computadores pessoais.

2 As menções a campo social, bem como a *habitus* de classe e tipos de capital, se referem a conceitos de Pierre Bourdieu.

3 Os “estudos culturais” integram o cenário das ciências sociais em momento contemporâneo à difusão das obras que tornaram Bourdieu internacionalmente reconhecido, as relativas aos sistemas de ensino e, logo depois, *A Distinção* (Bourdieu, 2007), para muitos seu trabalho fundamental.

Nesse sentido, os discursos presentes no campo político devem ser analisados considerando-se propriedades dos agentes sociais que o integram, como as suas posições no espaço social e as relações entre eles, mesmo quando não explícitas.

A análise de um discurso pronunciado em uma situação pública deve atentar para o fato de que o agente que o pronuncia se encontra na condição de produtor e disseminador de mensagens que, direcionadas necessariamente a audiências específicas⁴, são sempre a expressão de uma opinião política referente a certo aspecto da sociedade. Igualmente, é preciso considerar que, mesmo de modo metafórico, o discurso também se direciona a agentes em posição antagonista no campo político. Da mesma maneira, é necessário apreender as características dos agentes que se encontram na condição de receptores. Tanto dos que de forma imediata recebem o discurso, constituindo-se nos seus primeiros intérpretes e avaliadores, quanto dos que dele tomam conhecimento posteriormente.

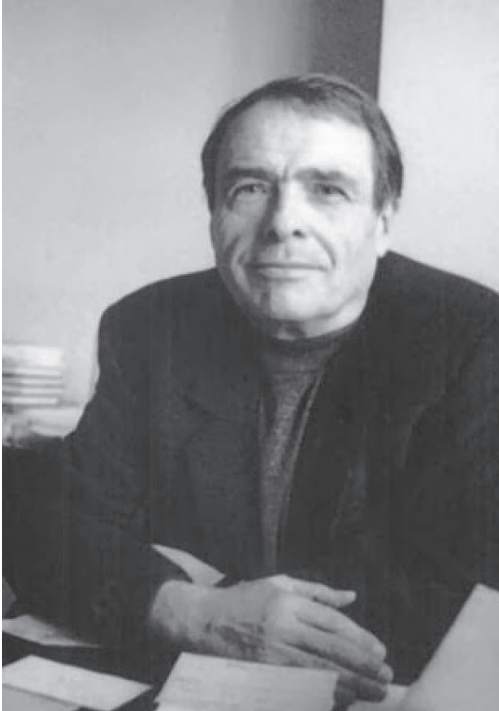
Além das expectativas dos emissores em relação a audiências específicas, por força das propriedades dos agentes que as integram, como no caso dos partidos de esquerda, que, salvo exceções, buscam privilegiar as classes dominadas como seu público, a importância de atentar para características dos receptores se deve ao fato de as audiências de um dirigente partidário, na condição de candidato, excetuando-se as claques profissionais, tenderem a estabelecer com este uma relação não racionalmente objetivada, mas emocional, de pronto apoio ou rejeição imediata. Tal aspecto reafirma a dimensão a ser dada na análise à condição existencial dos receptores, às suas posições de classe, sem se desconsiderarem outros aspectos, como sexo, etnia e crenças religiosas. Aspectos importantes, mas não tão fundamentais quanto a posição de classe, visto que os dispositivos internalizados pelos processos de socialização constituem *habitus* de classe, e não primordialmente de sexo ou etnia.

Os agentes sociais, segundo sua posição de classe — internamente a esta, as diferenças pertinentes às posses de capital econômico e de capital cultural legítimo⁵ — tendem a se distribuir de modo diametralmente oposto nos campos sociais. No campo político, isso pode significar fortes antagonismos de interesse, manifestos em opiniões políticas de sentido igualmente antagonista. Discursos do campo político não só afirmam proposições de uma agenda de interesses, que se legitima pela posição de força ocupada pelo agente no interior do campo. São armas de denegação de interesses e atos classificados como antagonistas, deslegitimando-os como intrinsecamente prejudiciais aos agentes que se pretende representar. Mas as confrontações no campo político não ocorrem somente através de embates diretos e presenciais, como é comum, além de nos confrontos coletivos de violência física, nos debates midiáticos em que líderes políticos (candidatos ou não) direcionam afirmações contra adversários mais diretos.

As confrontações podem ocorrer sem menção direta a adversários, resultado de ações nem sempre produzidas de forma totalmente racionalizada ou por meio de produtos elaborados de *marketing* político. Porém, mesmo de forma oblíqua, tendem a proporcionar efeitos de identificação (ou, inadvertidamente, de rejeição) em segmentos sociais compostos

4 Mesmo que o pronunciamento se faça em uma situação que permite a impressão de ter sido destinado a audiência heterogênea e, portanto, indiferenciada, como a de uma entrevista televisiva ou radiofônica, a mensagem sempre objetiva atingir privilegiadamente, por força da ênfase dada a alguma expressão ou pela própria escolha dela, um público em particular, de um ou alguns determinados segmentos sociais.

5 Os conceitos de capital econômico e capital cultural, em seus diferentes tipos, são discutidos detalhadamente por Bourdieu em diversas de suas obras, e mais enfaticamente no curso oferecido no Collège de France em 1983-1984. Veja-se Bourdieu (2023).



Pierre Bourdieu (1930-2002), sociólogo francês (esq.), e Jesús Martín-Barbero (1937-2021), semiólogo e antropólogo colombiano

por potenciais bases de apoio ou, em processos eleitorais, possíveis eleitores. No último caso, estes, conforme os atributos de um candidato, podem reconhecê-lo, se não como igual, ao menos como próximo, conhecedor de suas aspirações e possível concretizador delas.

Frases proferidas em campanha podem, graças sobretudo às redes sociais, ganhar inusitadas audiências, gerando interpretações não controláveis por candidatos ou partidos apoiadores. Repercussões positivas de falas ou gestos podem se transformar em inesperados símbolos ou slogans e “palavras de ordem”. De igual modo, por vezes alheio à vontade de candidatos e quadros partidários, podem se constituir em instrumentos educativos, não em sentido “escolástico”, mas no de “educação política”, de meio de produção e disseminação de opinião política, propiciadores de afirmação de interesses de segmentos sociais ou, ao menos, de desejos pouco críveis de realização, geralmente em função da posição de classe desses segmentos.

Em face dessas observações, frases de um discurso concernente ao campo político podem ser objeto de estudo de áreas de conhecimento como Ciências Sociais, Comunicação e mesmo Educação, dados os efeitos a que estão relacionadas, sobretudo em momentos de acirramento da luta política, com possibilidade de maior instabilidade e crise institucionais como as vivenciadas no Brasil dos últimos dez anos, marcados pelo espectro do extremismo conservador e de matiz fascista.

Assim sendo, procuramos analisar frases de um dos discursos de Lula que mais ganhou destaque no curso da campanha eleitoral de 2022: “O povo vai voltar a comer picanha e fazer churrasquinho”, pronunciada em setembro do mesmo ano e, em formato semelhante, em entrevista a telejornal de grande audiência do país.

Devemos atentar para o fato de o emissor manifestar — ou não — propriedade que assume fundamental importância, não só, mas em especial, no campo político, para a configuração eficaz de vínculos entre ele e sua audiência: a espontaneidade do seu falar

2. EMISSORES E RECEPTORES: IDENTIFICAÇÕES, DISTANCIAMENTOS E ANTAGONISMOS

Para a compreensão do poder simbólico do discurso pronunciado, consideramos centrais três aspectos das frases de Lula: o aspecto linguístico, o contexto em que foram pronunciadas e as possibilidades de identificação entre emissor e receptores.

No tocante ao aspecto linguístico, as características discursivas das frases nos permitem apreender, sob enfoque prioritariamente sociológico, relações que se estabelecem entre as palavras nelas presentes e os dizeres e os contextos próprios às classes subalternas. Para tal empregamos análises de Bourdieu sobre a construção da opinião política, acrescidas de considerações de Martin-Barbero acerca das mediações nas relações entre emissores e receptores no processo de comunicação e o apontado por Foucault quanto às relações entre imaginação e linguagem, em especial o papel da primeira na formulação da segunda. Conforme suas palavras: “A imaginação [é] aquela que permite comparar, autoriza a linguagem.” (Foucault, 1992, p. 221) A imaginação se manifesta obrigatoriamente pela linguagem, cuja análise não pode ser empreendida separada do exame das estruturas constituintes do espaço social, dos diversos campos sociais e dos modos como neles os agentes se relacionam entre si.

Seguindo-se a perspectiva de Bourdieu, “as relações de comunicação são, de modo inseparável, sempre, relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes envolvidos nessas relações” (Bourdieu, 1989, p. 11). Assim, o poder simbólico de uma palavra não se concentra na palavra em si. Sua força ilocucionária, ainda segundo Bourdieu (2008), resulta da posição no espaço estruturado em que é inscrita, pronunciada. É a estrutura desse espaço e as relações que o constituem que lhe propiciam poder simultâneo de representação e identificação; poder simbólico próprio a estratégias discursivas que atuam sobre o imaginário dos agentes sociais, dando sentido aos significantes, mesmo quando os emissores não agem de forma planejada, objetivamente racionalizada. Nesse caso, devemos atentar para o fato de o emissor manifestar — ou não — propriedade que assume fundamental importância, não só, mas em especial, no campo político, para a configuração eficaz de vínculos entre ele e sua audiência: a espontaneidade do seu falar⁶.

⁶ Uma fala arquitetada para ser espontânea ou a construção de um ato interessado apresentado como desinteressado, por mais que racionalmente planejadas, terminam prejudicadas pelos efeitos incontroláveis para o agente executor, provocados pelo *habitus* de classe de que é detentor e que o distingue dos agentes socialmente subalternos, com os quais procura artificialmente compartilhar modos de ser.

A linguagem espontânea, segundo Foucault (1992), vai além da figura da palavra e não prescinde do jogo da imaginação, isto é, da conformação de semelhanças entre as imagens produzidas pelo emissor e as interpretações dos receptores. A espontaneidade na fala do dirigente político não raro é classificada pelo senso comum dos socialmente subalternos como sinal de sua “autenticidade”, aspecto que assume dimensão singular quando se trata de quadros de partidos políticos de esquerda.

Bourdieu aponta os motivos dessa singularidade ao analisar a produção, difusão e incorporação de opiniões políticas (Bourdieu, 2007). Nas sociedades contemporâneas, a produção de opiniões políticas é cada vez mais resultante da ação de conjuntos, sempre mais numerosos, de especialistas de diversas áreas do campo científico, no qual estão situados ou dele são oriundos. A presença e a intervenção sistemáticas de especialistas dotados de maior posse de capital cultural legítimo implicam duas importantes, porém distintas, situações nos partidos políticos, com efeitos significativos na reprodução de processos de dominação política.

Dado que os “discursos eruditos podem extrair sua eficácia da correspondência oculta entre a estrutura do espaço social no qual são produzidos, e a estrutura do campo das classes sociais no qual os receptores estão situados e em relação ao qual eles interpretam a mensagem” (Bourdieu, 2008, p. 27), conformam-se situações muito diferentes nos partidos políticos em função das características dos segmentos sociais que, em tese, constituiriam suas bases de apoio.

Para os partidos que buscam representar as classes dominantes (em seu conjunto ou apenas frações específicas dessas classes), a proximidade de domínio de capital cultural legítimo entre produtores de opinião política, dirigentes desses partidos e potenciais representados seria bem estreita⁷. Resultado da cada vez mais elevada e prolongada escolarização dos representados, que facilita tanto a compreensão das proposições partidárias como o apoio a elas, exceto, por vezes, em conjunturas de intensa crise política e conflitos de representação do conjunto das classes dominantes⁸.

De modo inverso, os partidos de esquerda se defrontam com situação mais problemática. Como nos partidos conservadores, a formulação das opiniões políticas é igualmente cada vez mais resultante da ação de especialistas. Essas opiniões tendem a ser expostas originalmente em formatos mais eruditos, mesmo quando são expressão de senso comum douto⁹. Entretanto, diferentemente do vivenciado nos partidos conservadores, não há significativa e mais imediata similaridade quanto às posses de capital cultural legítimo e de capital político entre produtores de opinião política, dirigentes e possíveis representados. Existe, não raro, grande probabilidade de a não similaridade propiciar distanciamento ou verdadeiros hiatos entre as opiniões políticas expressas por dirigentes e as percepções presentes no senso comum dos segmentos sociais que os primeiros pretendem representar e conduzir politicamente, mesmo havendo, a princípio, interesses compartilháveis entre uns e outros.

Os potenciais representados pelos partidos de esquerda são constituídos predominantemente por integrantes das classes subalternas e dominadas (operários, camponeses,

⁷ Situação atualmente alterada pelo crescimento de partidos de extrema direita, que, como tática de atração de segmentos pouco letrados, não só mas especialmente da pequena burguesia, desqualificam no todo ou em parte o capital cultural legítimo, em especial o de cunho científico.

⁸ Um exemplo recente na história brasileira seria a crise do governo Collor, afastado da Presidência, apesar do apoio quase total das classes dominantes nas eleições de 1989, conforme Martuscelli (2012).

⁹ Expressão empregada por Bourdieu para designar formulações de aparência científica, mas que são apenas opiniões não objetivadas, com interesses particulares, sob forma “erudita”.

camadas baixas da pequena burguesia e “proletarizados” em geral). Em sua maioria têm menor posse de capital econômico e não dispõem de capital cultural legítimo, por efeito dos processos de escolarização por eles vivenciados, caracterizados por menores percursos escolares e realizados de modo negativamente diferenciado¹⁰.

Assim, o “problema da comunicação” constitui um dos maiores dilemas enfrentados pelos partidos de esquerda. Dificuldade sempre presente, dado não ser impossível o afastamento de bases de apoio em virtude de incompreensão sobre diretrizes políticas assumidas por chefias partidárias, as quais podem ser interpretadas como contraposição a anteriores consensos sobre princípios políticos¹¹.

Essa ameaça latente e constante de ruptura entre quadros e bases avoluma a importância da percepção de espontaneidade (e de “autenticidade”) para a configuração da identificação política e do partilhar de opiniões políticas. Especialmente quando se amplia o espectro de eleitores, diferenciando-se o “novo eleitorado” dos núcleos partidários originais, dotados de maior homogeneidade ideológica, mais se torna crucial a identificação entre quadros de maior expressão — como é exemplo hoje Lula, na esquerda brasileira — e potenciais simpatizantes.

A identificação entre personalidades do campo político e o chamado “eleitorado comum”, composto por não pertencentes a organizações políticas e quase sempre não familiarmente herdeiros de tradições partidárias, tende a não se basear no conhecimento de proposições partidárias ou na concordância com elas. Em geral, a identificação se fundamenta em aspectos emocionais, no reconhecimento de autenticidade ou de fidelidade a determinados princípios moralmente valorizados. Reconhecimento realizado bem mais a partir de “falas de caráter coloquial” sobre assuntos classificados como imediatamente presentes no cotidiano do que da apreciação de argumentações aparentemente mais eruditas — e de maior dificuldade de compreensão — referentes a assuntos “econômicos” ou “políticos”, “distantes” das preocupações pessoais ordinárias. Dessa forma, as “falas coloquiais” possuem poder simbólico significativo, podendo produzir efeitos políticos expressivos. Discursos permeados de expressões comuns, informais, tornam-se meios para avaliação e julgamento, propiciadores de identificação entre quadro partidário e possíveis apoiadores. Avaliações impossíveis de serem plenamente realizáveis sem mediações emocionais, personificantes. Como aponta Bourdieu:

Todos os julgamentos políticos, incluindo aqueles que pretendem ser os mais clarividentes, comportam uma parcela inevitável de *fides implicita* que se deve à própria lógica da escolha política enquanto escolha de *porta-voz* e de *procuradores*, além de escolha de ideias, opiniões, projetos, programas e planos, *encarnados* em “personalidades”, que dependem, em sua realidade e credibilidade, da realidade e credibilidade dessas “personalidades” (Bourdieu, 2007, p. 397, grifos originais).

Elos de fidelidade entre determinados agentes sociais e uma personalidade pública se estabelecem mediante interpretações, permeadas de emoções, dos primeiros sobre ações e discursos da segunda, e de possíveis sinais de sua autenticidade “ética”. O reconhecimento de autenticidade dá à personalidade política autoridade moral, passível de ser ainda mais fortalecida em função de sua trajetória, ela própria uma produção simbólica. Em suma: capital

¹⁰ Há situações distintas relativas a segmentos de maior posse de capital cultural legítimo que se mostram mais favoráveis à esquerda, como apontado por Bourdieu (2007) em *A Distinção*.

¹¹ Não é, assim, estranha a constância de comentários sobre dificuldades de comunicação do governo Lula com as classes que deveriam compreender as estratégias governamentais como conjuntamente adequadas aos seus interesses e os riscos da perda de apoio popular.



Lula em entrevista a Ratinho, apresentador de TV. Durante o programa, o então candidato na eleição presidencial de 2022 disse a frase que viraria uma marca de sua campanha: “O povo vai voltar a comer picanha e fazer churrasquinho”

simbólico e capital político incorporados, personificados, quase nunca facilmente transferíveis a outros agentes sociais.

Sublinhar elementos emocionais na identificação entre personalidade política e apoiadores não é uso simplista da categoria weberiana de carisma¹², nada incomum em textos jornalísticos¹³. Segundo Weber, a manifestação plena do líder carismático se encarnaria em agentes com condições de ser

o profeta genuíno, como o caudilho genuíno, como todo genuíno chefe em geral, *anuncia, cria*, impõe novos mandamentos — no sentido original do carisma — pela força da revelação, do oráculo, da inspiração ou *por méritos de sua vontade concreta de organização, reconhecida em virtude de sua origem pela comunidade* de crentes, guerreiros, prosélitos ou outra classe de pessoas (Weber, 1964, p. 195, tradução e grifos nossos)¹⁴.

Em perspectiva descritiva mais impressionista, a trajetória de Lula o alocaria com perfeição à imagem de “líder carismático”, construída em gradual processo de identificação popular, em que não faltariam traços de messianismo laico próprios a personalidades a que o senso comum atribui poder mágico e fabuloso de realizar, por efeito de seu poder individual, mudanças profundas na realidade social.

¹² Segundo Weber, por *carisma* entenda-se a qualidade “de uma personalidade, por cuja virtude se considera em posição de poderes sobrenaturais ou sobre-humanos — ou pelo menos especificamente extraordinários e não acessíveis a qualquer outro” (Weber, 1964, p. 193, tradução nossa). No original: “de una personalidad, por cuya virtud se considera en posición de fuerzas sobrenaturales o sobrehumanas — o por lo menos especificamente extraordinarias y no asequibles a cualquier otro”.

¹³ Apenas como exemplos, mencionamos Azedo (2023) e Victor (2024).

¹⁴ “El profeta genuino, como el caudillo genuino, como todo genuino jefe en general, anuncia, crea, exige nuevos mandamentos — en el sentido original del carisma — por la fuerza de la revelación, del oráculo, de la inspiración o en méritos de su voluntad concreta de organización, reconocida en virtud de su origen por la comunidad de creyentes, guerreros, prosélitos, u otra clase de personas.”

O “problema da comunicação” constitui um dos maiores dilemas enfrentados pelos partidos de esquerda. Dificuldade sempre presente, dado não ser impossível o afastamento de bases de apoio em virtude de incompreensão sobre diretrizes políticas assumidas por chefias partidárias, as quais podem ser interpretadas como contraposição a anteriores consensos sobre princípios políticos

Garoto pobre nordestino, migrou para São Paulo com a mãe e os irmãos. Pouco escolarizado, tornou-se operário metalúrgico qualificado e líder sindical. Deputado constituinte, cinco vezes candidato à Presidência da República e eleito para dois mandatos seguidos, com seus governos obtendo elevados índices de aprovação popular, Lula tem percurso que permite assemelhá-lo a figuras trágicas do panteão popular: “pobre, guerreiro, conquistador, traído e injustiçado”¹⁵. Mas, ao contrário da morte trágica do herói — a maquinação de sua condenação visava produzir sua “morte política” —, teria “vencido seus inimigos” e retornado à cena política para “conclamar o povo a se unir”, “reconstruir o Brasil” e “reconquistar os direitos que perdera”¹⁶. As reações favoráveis de segmentos populares ao discurso de Lula poderiam ser tidas por confirmação de propriedades de liderança carismática: a profecia permeada de “irracionalidade” e “revolucionarismo”. Afinal, aventando-se serem essas frases metáforas com laivos insurgentes e revolucionários — ou populistas —, não seria economicamente plausível — racional, segundo a lógica de inspiração weberiana — imaginar todo o “povo” de uma sociedade capitalista periférica a “comer picanha”¹⁷.

Porém, o esforço descritivo, em especial com alusões a produções do campo científico e sem preocupações em relativizar as primeiras percepções, não equivale à análise científica. Sem discutirmos em detalhes a validade conceitual da categoria weberiana, ela, em nosso entender, não possibilita maior compreensão do processo comunicacional em que se situa o discurso de Lula e as relações entre este e seus receptores, notadamente os que o apreciaram na época positivamente.

¹⁵ O emprego de aspas objetiva caracterizar o aspecto mítico, típico de sagas da literatura de cordel nordestina.

¹⁶ Após sair da prisão e ao longo da campanha eleitoral, Lula afirmaria ser esse seu objetivo maior e motivo para novamente se candidatar a presidente.

¹⁷ Independentemente da variedade de interpretações da noção de populismo, conforme assinalam Mudde e Kaltwasser (2019), as críticas ao “populismo” do discurso oscilaram entre as de teor conservador, que o consideraram demagógico por “prometer o impossível” ou “não enfrentar os reais problemas da nação”, e as de teor progressista, que viram alusões positivas à pecuária, desconsiderando danos ao meio ambiente. Para essas críticas, o discurso teria caráter “irracional”.

A ênfase no poder carismático do emissor, poder simbólico que permitiria interconexão total entre personalidade política e público receptor, eliminando mediações interpretativas deste último, mais do que minimizar, nega a importância analítica de aspectos que temos salientado: as condições objetivas do espaço social, que possibilitam eficácia a um discurso político e as ações interpretativas dos receptores.

A situação em que é pronunciado um discurso político não pode ser analisada sem a observação das condições objetivas que envolvem emissor e receptores. É necessário ter em conta as características estruturais e conjunturais, portanto históricas, do espaço social em que esses agentes realizam um processo de comunicação. Ressaltar a historicidade de todo processo de comunicação é sublinhar que os instrumentos de interpretação das produções simbólicas presentes nos dispositivos dos *habitus* de classe dos receptores são igualmente afetados pelas situações históricas que estes vivenciam. Conforme Bourdieu, em resposta às incompreensões do conceito de *habitus*:

O *habitus* não é o destino que nele alguns leem. Produto da história, é um sistema aberto de disposições constantemente sujeitas a experiências, constantemente afetadas por elas de uma forma que ou bem reforça ou bem modifica suas estruturas. É perdurável, mas não eterno (Bourdieu; Wacquant, 2012, p. 174, tradução nossa, grifos correspondentes aos originais)¹⁸.

Se deve ser ressaltada a atenção a variações nos modos de interpretação dos receptores, não se pode, todavia, desconsiderar que as propriedades do processo de comunicação alocam e concentram, de forma aparentemente natural, forte poder simbólico ao emissor, dada sua condição privilegiada de imediato agente produtor, bem como ao espaço em que se realiza a emissão. No caso do discurso de Lula, um dos programas de maior audiência do principal canal aberto da televisão brasileira.

As condições objetivas de emissão e difusão de um discurso tendem a produzir efeitos desiguais nos receptores, em especial sobre não possuidores de maior capital cultural legítimo. Afora a tendência deles, decorrente de suas condições objetivas de existência, a privilegiar temáticas de algum modo mais vinculadas ao cotidiano, a ausência de maior capital cultural legítimo ou capital político contribui para que suas interpretações sejam mais afetadas pela autoridade simbólica do meio emissor, favorecendo uma maior incidência de impactos emocionais. Porém, impactos positivos só são relevantes se, além das expressões empregadas e o modo de seu uso¹⁹, houver prévias proximidades simbólicas com o emissor, as quais, no caso de Lula, apesar da campanha midiática de seus detratores, não puderam ser eliminadas²⁰.

A proximidade emocional entre emissor e receptores das classes dominadas pode proporcionar, por parte dos últimos, aparente incorporação de “ideologias” ou “causas po-

¹⁸ “El *habitus* no es el destino que alguna gente lee en él. Producto de la historia, es un sistema abierto de disposiciones constantemente sujeto a experiencias, constantemente afectado por ellas de una manera que o bien refuerza o bien modifica sus estructuras. Es perdurable pero no eterno.”

¹⁹ Em contraponto à apreciação da linguagem “simples” por agentes de menor capital cultural legítimo, Bourdieu (1998) salientaria a importância simbólica e política da imagem de erudição para agentes em condição inversa, referindo-se a observações de Trótski sobre os elogios de emigrados russos letrados que assistiam a uma conferência de Lênin em Paris, quando este se encontrava exilado.

²⁰ Afora figuras da imprensa, os principais detratores de Lula com atuação mais direta sobre as classes populares possuem imagens que têm sido objeto de questionamentos éticos, como lideranças neopentecostais, criticadas pela preocupação em obter recursos financeiros de seus prosélitos e pelo conservadorismo comportamental não raro visto como hipocrisia.

líticas” pertinentes a proposições partidárias atribuídas ao primeiro, como, por exemplo, “a construção de uma sociedade justa e democrática” ou “a conquista do socialismo”. Contudo, há algo paradoxal à observação ligeira: a adesão política ao emissor pode se restringir a aspectos pontuais de seu discurso, mas passíveis de assumir dimensão singular no processo de identificação com este. A depender de características de seu *habitus* de classe, os receptores podem, a partir da interpretação de expressões de um discurso, em especial as que lhes pareçam mais afeitas às suas necessidades correntes, construir significações próximas aos seus desejos e às idealizações conjunturais de seus “futuros possíveis”²¹, mesmo quando estes se mostrem distantes do horizonte de suas estratégias de ação imediata. Processos interpretativos singulares podem afirmar vínculos emocionais com o emissor, consagrando-o como “porta-voz” de aspirações e desejos.

Desejos não se configuram sem que haja um concomitante gosto que os reafirme. Incorporado por efeito do *habitus* de classe, o gosto, expressão de não inata capacidade de avaliar e julgar, conforme Bourdieu (2003; 2007), é, antes de tudo, produto de relações sociais²². Excetuando-se situações individuais excepcionais, os agentes diferenciam o que lhes parece inatingível, alocado na esfera entre o ilusório e o tangível, sobretudo quando há na memória coletiva menções, mesmo disformes, a tempos em que esses desejos se realizariam. Um desejo ou gosto só é legitimado por um discurso se este estabelecer relações diretas com a realidade dos receptores e sinalizar a viabilidade da concretização do desejo em um futuro com novas características.

Relativizando princípios estéticos kantianos sobre o gosto, Bourdieu, além de ressaltar os elos entre formação de gosto e condições materiais de existência, sublinhou algo aparentemente menor para o entendimento da produção de gosto e opinião: a esfera alimentar, essencial para a reprodução social. Para Bourdieu, produções simbólicas sobre alimentos aludem sempre às relações políticas. A análise do gosto alimentar pode detectar, como em outras práticas sociais, a presença do fenômeno do mimetismo social, produto de ações, até inconscientes, dos dominados por obtenção de distinção. O mimetismo é particularmente presente quando as estruturas fundamentais da ordenação social não são objeto de contestação radical, mesmo havendo aspirações por mudanças na sociedade. Desejos relacionáveis a atos de mimetismo se legitimam, não mais sendo caricaturas do agir dos dominantes, quando nomeados por agentes que, assumindo a condição de porta-voz, validam esses desejos atribuindo-lhes a condição de direitos.

O discurso de Lula, simultaneamente, afirmava sua condição de porta-voz, legitimava desejos dos dominados e produzia efeito de identificação coletiva nestes últimos.

Em aparente paradoxo, diante de fome e pauperismo crescentes, anunciava o consumo de carnes “nobres” — simbolizadas na *picanha* — e situações de festa — o *churrasquinho*. Embora o número de mortes tenha diminuído em 2022, permaneciam as consequências da pandemia de covid-19 e se intensificava a anterior crise econômica, aumentando o desemprego e o empobrecimento, inclusive entre a pequena burguesia. Segundo a FAO, o Brasil,

²¹ *Futuro possível* é categoria de Bourdieu referente a expectativas de vida imaginadas pelos agentes sociais.

²² O fato de ser socialmente produzido não significa que gosto é adequação a uma regra social estabelecida. Mesmo quando classificado como ilegítimo, vinculado à prática tida por ilegítima, o gosto resulta de situações sociais vivenciadas pelo agente, conforme Bourdieu (2009).



“Comer picanha” e “fazer um churrasquinho”: elementos discursivos que evocam o “prazer de viver” após um período marcado pelo retorno da fome e pela negligência sanitária durante a pandemia

desde 2021, reingressara no Mapa da Fome²³. Conforme o 2º Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil (Rede Pessan, 2022), 58,7% da população convivia com algum grau de insegurança alimentar.

No entanto, a construção de uma estratégia discursiva com base na relação simbólica entre comer e prazer, cujos elementos centrais eram *picanha*, *churrasquinho* e *povo*, negava contradições entre conjuntura e discurso. Aludindo a desejos e gostos das classes subalternas, as identificava como participantes de um ente político coletivo (“o povo”) que seria detentor legítimo de vontades e direitos.

Essa estratégia, agindo sobre a imaginação, ultrapassava referências à vida imediata do “povo”. “Comer picanha” e “fazer um churrasquinho” são produções simbólicas relativas a prazer, a gozos e desfrutes que fariam o “povo” voltar a ter “prazer de viver” após um período de sofrimentos agravados por pandemia e retorno da fome como fenômeno de massa²⁴. Apontava “futuro possível”, concretizável a partir de atitude essencial: a crença na viabilidade dele. Implicitamente, Lula assinalava seu maior oponente (Bolsonaro) como inimigo dos desejos dos brasileiros, sobretudo dos mais pobres²⁵.

²³ O relatório *The state of food security and nutrition in the world*, da FAO/ONU, informava que 4,1% dos brasileiros sofriam de fome crônica. Um país “entra” no Mapa da Fome quando é crônica a falta de alimentos para mais de 2,5% da população (FAO et al., 2022).

²⁴ A fome entre os mais pobres é marca das extremas desigualdades sociais presentes na história do país. A saída do Brasil do Mapa da Fome e a elevação do poder de compra das classes subalternas foram situações ocorridas nos governos de Lula, conforme Pochmann (2012), e, portanto, lembranças correlacionáveis a “comer picanha” e “fazer um churrasquinho”.

²⁵ Os canais de divulgação da campanha de Bolsonaro enfatizaram que o discurso era demagogia e que o retorno da fome seria uma mentira, conforme noticiado pela imprensa brasileira (Soraggi, 2022).

Longe de o afastar, a menção à “picanha”, mediante inversão imagética da realidade possível do país, aproximava Lula das classes dominadas, dado que a palavra reporta a entrecruzadas significações simbólicas dessas classes sobre consumo de carne bovina e modos de seu consumo.

No senso comum dos socialmente dominados, carne bovina é classificada como “comida forte”, que “dá energia e vigor”, elementos necessários ao trabalho, principalmente o de maior esforço físico, predominante no cotidiano das classes subalternas. É sinal de “comer bem” e de ter “saúde”. Para essas classes, não ter “saúde” é sujeitar-se a não ter trabalho e se avizinhar da pobreza e, no limite, da miséria e da fome. Assim, “ter carne no prato” é um indicativo de distância da pobreza²⁶.

Nesse sentido, aludir à picanha é aludir a um “futuro possível” mais próximo dos socialmente acima. O integrante das classes subalternas consome carne porque passou a dispor de capital econômico para poder ter um “gosto” que, ao mesmo tempo, lhe dá prazer e distinção social, a si próprio e à sua família.

Como objeto de gosto, além do relacionado a sabor, *picanha* tem conotações simbólicas associadas a modos de preparo, proporcionando dimensão singular à frase “fazer um churrasquinho”. Essa frase, reafirmando a condição de porta-voz de Lula com receptores das classes dominadas, produz importante efeito de identificação política pela inversão simbólica da imagem dos socialmente subalternos e dominados, concretizada no realce dado ao peculiar “jeito popular” de “comer a picanha”. Realce que implicitamente constitui um questionamento da diferenciação desqualificante sofrida pelos detentores de menor capital econômico (e, geralmente, de menor capital cultural legítimo) em função de suas formas peculiares de reproduzir um gosto incorporado mimeticamente e que, a princípio, seria exclusivo das classes dominantes brasileiras.

Nesse sentido, devem ser observadas mudanças nas formas de consumo de carne bovina entre os socialmente dominantes no Brasil.

Desde meados dos anos 1960, as churrasarias passaram a ser em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, espaço de lazer gastronômico cuja frequência vinha a ser símbolo de distinção social. De elemento de gastronomia regional — a do Rio Grande do Sul e dos pampas de países platinos²⁷ —, o consumo de churrasco passou a ter uma aura consagrada. Não se tratava mais do ato simples de comer carnes grelhadas e sim de apreciar modos de consumo (e preparo) de cortes bovinos classificados como “nobres”²⁸, transformando conhecimentos mais restritos a açougueiros e cozinheiros, executores de atividades pouco ou nada “nobres”, em domínio de *chefs gourmets*, que se especializaram no preparo de um alimento de origens agrárias populares. Tornando prato de requinte, dos saberes próprios ao exercício da arte culinária, o churrasco ascendeu à condição de objeto de consumo — e distinção —

²⁶ No Ocidente, entre as classes dominadas, o consumo regular de carne bovina é visto como sinal de elevação dos padrões de vida. Foi valorizado pelo movimento sindical da Europa Ocidental, que vinculava esse consumo a vitórias dos trabalhadores, em especial nos anos mais imediatos à configuração do *welfare state*.

²⁷ Antes, fora dessas regiões, as churrasarias eram restaurantes de margem de estrada. Em livros brasileiros de arte culinária de 1930 a 1950, não constava a expressão *churrasco*, somente *bifes em grelha*, como se verifica em Maria (1942).

²⁸ Classificação que excedia a mais tradicional sobre cortes bovinos no Brasil a partir do século XX, que os dividia em “carnes de primeira”, mais cara, e “de segunda”, de menor preço, tendo por critério a textura (“macia”, “dura”) dos cortes.

O reconhecimento de autenticidade dá à personalidade política autoridade moral, passível de ser ainda mais fortalecida em função de sua trajetória, ela própria uma produção simbólica. Em suma: capital simbólico e capital político incorporados, personificados, quase nunca facilmente transferíveis a outros agentes sociais

de toda a burguesia nacional, deixando de ser hábito singular de uma oligarquia regional e de seus “peões”. Assumia aspecto nobiliárquico em função dos locais especializados em que passava a ser consumido, em ocasiões com características, se não festivas, de conagração.

Prato de fácil realização em seus aspectos mais essenciais (carnes — excetuando o custo destas —, sal e carvão), e adaptável ao gosto popular por carne bovina, o churrasco foi progressivamente incorporado pelas classes subalternas, com similar caráter de conagração social. Não necessariamente — ou quase nunca — consumido em restaurantes, mas em residências²⁹. Sem a aura das grandes churrasarias, o churrasco das classes populares se transformou em “churrasquinho”, também pejorativamente denominado de “churrasco da laje”, menção a confraternizações em áreas periféricas pobres das cidades brasileiras, com carnes “baratas” e onde, embora desejada, nem sempre a picanha se faz presente, o que a torna o objeto de desejo mencionado por Lula.

Aludindo a comida e confraternização, união e festa, contrapondo-se a um presente não só de dificuldades, mas de desprezo governamental aos sofrimentos dos mais pobres³⁰, o discurso remetia simultaneamente à imagem de um passado melhor e à de um futuro realizável em que a alegria popular poderia ressurgir. Produzia-se um efeito de vinculação entre Lula e os receptores das classes subalternas, proporcionado pelo compartilhamento de *habitus* de classe similar, mais precisamente do *ethos* pertinente a esses *habitus*³¹, possibilitando os mesmos gostos dessas classes. A identificação constituída alimentava a atribuição de autenticidade moral a Lula, favorecida pelas percepções sobre a trajetória política dele, de imagem próxima às encontradas em gestas populares, como acima mencionamos. Estabelecendo-se um círculo de retroalimentação contínua de ambos os sentimentos nos receptores, era igualmente afirmada a condição dos socialmente subalternos de integrantes do “povo”

²⁹ Tornou-se também comum em bairros mais populares a organização de churrascos na rua reunindo vizinhos e amigos, em fins de semana e feriados.

³⁰ Foram inúmeras as críticas a Bolsonaro por andar de *jet ski* durante a ocorrência de chuvas que alagavam regiões do Nordeste brasileiro (sobretudo a Bahia) ou por promover churrascos com cortes de carne cujo valor por quilo excedia a um salário mínimo nacional.

³¹ A condição do *ethos* como componente do *habitus*, ao lado da *hexis*, é exposta por Bourdieu em *O senso prático* (Bourdieu, 2009) e comentada por Bonnewitz (2003).

e a de Lula como seu porta-voz³². Como apontado por Bourdieu sobre as relações entre discursos e capital simbólico e capital político, nessa condição “sua fala concentra o capital simbólico acumulado pelo grupo que lhe conferiu o mandato e do qual ele é, por assim dizer, o procurador” (Bourdieu, 2008, p. 89).

A condição de “porta-voz” ou “procurador” dá ao autor do discurso o aspecto descrito por Bourdieu como “performativo”, pelo qual a autoridade simbólica do emissor se faz passível de transmutar-se em política:

A eficácia do discurso performativo que pretende fazer acontecer o que enuncia no próprio ato de enunciar-lo é proporcional à autoridade daquele que o enuncia: a fórmula “eu o autorizo a partir” constitui *eo ipso* uma autorização quando aquele que a pronuncia está autorizado a autorizar, tem autoridade para autorizar (Bourdieu, 2008, p. 111).

O aspecto performático propicia uma propriedade ao discurso: ser assertivo. Assim, não se tratava de expor argumentos sobre motivos pelos quais “o povo” deveria “voltar a comer picanha”, mas de proclamar um desejo como direito, o qual Lula se autorizava a realizar. Ao reconhecer os desejos dos socialmente subalternos como direitos legítimos, ele reforçava percepções sobre o mundo social anunciadas pela nomeação de uma identidade coletiva — “o povo” —, historicamente presente na memória dos subalternos e fundada no compartilhar de sofrimentos comuns, pois, como apontava Bourdieu a respeito da construção de identidades políticas entre as classes dominadas, “nada é mais universal e universalizável do que as dificuldades. Cada um achará certa consolação no fato de descobrir que grande número das dificuldades [...] são universalmente partilhadas” (Bourdieu, 1989, p. 18).

A caracterização política do conjunto das classes dominadas e subalternas sob a forma de uma identidade coletiva é construção simbólica que, ao ser portadora de opiniões políticas, expressa antagonismos presentes nos campos político e intelectual. Quando incorporada, e portanto legitimada por essas classes, constitui instrumento de luta, tornando objeto de disputa o direito simbólico de legitimamente nomeá-las e falar em nome delas.

Ao identificar e nomear os socialmente subalternos como “o povo”, Lula simbolicamente os unificava, empreendendo uma estratégia discursiva de enfrentamento com seu principal oponente, Bolsonaro. Este, seguindo ideário de matiz fascista, sistematicamente desqualificava a institucionalidade política liberal existente e promovia simbolicamente uma divisão entre os socialmente subalternos, que constituem a maioria do eleitorado brasileiro³³.

Tendo por objetivo o apoio de segmentos da pequena burguesia e dos trabalhadores proletarizados, porém menos empobrecidos, todos quase sempre detentores de pouco capital cultural legítimo e menos capazes de produzir uma opinião pública não delegada e reflexi-

³² Não sendo mais objetivamente um operário, por força de sua transformação em um agente integralmente pertencente ao campo político, passando a possuir as propriedades objetivas e subjetivas para neste permanecer, Lula, como outras personalidades políticas vinculadas às classes dominadas como a operária, pode ser considerado um exemplo do que Bourdieu em seus últimos trabalhos veio a denominar de *habitus* de classe clivado (Bourdieu, 2005), algo que pode ser comparado a uma inversão da situação de inadaptação a profundas modificações na realidade vivida por agentes sociais, os quais passariam a vivenciar estados de *hysteresis*, conforme Bourdieu (2005) e Bourdieu e Sayad (2017).

³³ As aproximações de candidato conservador de baixo capital cultural legítimo com socialmente subalternos tendem a ser efeito do compartilhar de atitudes consideradas mais vulgares e preconceituosas e sempre caracteristicamente violentas, como a afetação machista.

A ausência de maior capital cultural legítimo ou capital político contribui para que interpretações sejam mais afetadas pela autoridade simbólica do meio emissor, favorecendo uma maior incidência de impactos emocionais

va, Bolsonaro os caracterizava como “pessoas de bem”³⁴, distinguindo-os dos “de cima”, genericamente classificados como “corruptos e ladrões”, entre os quais estariam os quadros partidários da esquerda, e dos “preguiçosos, vagabundos e marginais”. Estes últimos, embora pobres, não seriam “trabalhadores” e deveriam ser objeto de repressão policial. Estabelecia, portanto, uma divisão simbólica, de cunho maniqueísta, entre “honestos” e “bandidos”; os primeiros, com “direitos naturais”, e os segundos, “sem direitos”.

Ao ter como estratégia política incorporar a figura de “mito”, caricato autoelogio de inspiração claramente fascista, Bolsonaro reafirmava divisões sociais, naturalizando o que seriam relações entre “elites”, nas quais

estaria obviamente situado, e “massas”, por sua vez divididas entre seus seguidores, as “pessoas de bem”, e os opositores, classificados como “ladrões”, “depravados”, “comunistas”. Um processo de contínua reafirmação de inclusão e exclusão, pautado em simbologia moral³⁵.

Em oposição ao constante exercício de divisão simbólica de Bolsonaro, reafirmado pelo elogio da violência e do ódio aos opositores, o discurso de Lula, sob o simbolismo de proposta de união nacional, propunha uma identidade coletiva, em que se afirmavam direitos para todos, cujos desejos ganhavam legitimidade em um futuro possível de ser construído pela união, independentemente de posições de classe social, e não pela divisão dos brasileiros.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nossa análise do discurso de Lula buscou compreender como, em sua condição de produção simbólica, este veio a favorecer a construção de significados, provocando efeitos positivos para sua campanha no campo político. Seguimos as proposições analíticas de Bourdieu, nas quais o poder simbólico subjacente aos processos de comunicação, não raro imperceptível em sua plenitude e só exercido com a cumplicidade, consciente ou não, dos que lhe estão sujeitos, dá a estes a capacidade de orientação das suas práticas e percepções da

³⁴ Segmentos das classes subalternas, seja por efeito de algum grau de posse de capital econômico ou de percurso escolar maior, tendem a se julgar de alguma forma mais próximos das frações burguesas e manifestam mimetismo político de caráter fortemente conservador e, de modo não incomum, fascistoide.

³⁵ Por limitações de espaço, não discutimos as relações simbólicas, presentes nessa divisão maniqueísta, entre o fascismo e o fundamentalismo de caráter religioso, fatores que favoreceram a penetração do bolsonarismo entre “evangélicos” e “carismáticos”.

Palavras integrantes de capital cultural recentemente herdado pelas classes dominadas ganharam poder quase mágico de encarnação e de vislumbre da emergência de “futuros possíveis” para os integrantes dessas classes

realidade, instituindo consenso a respeito de significações do mundo social mediante conformismo lógico³⁶. Por consequência, o poder simbólico, presente em diferentes dimensões dos vários campos sociais, é força interveniente na realidade social, de modo que esta não se constitui apartada de representações simbólicas que dão sentido ao mundo.

Nessa perspectiva, atentamos para determinadas palavras que, não por seu conteúdo *stricto sensu* e sim pela forma assertiva do seu emprego, eram elementos de estratégia discursiva com objetivo de mobilizar agentes sociais específicos (as classes sociais dominadas), embora formalmente, dada a situação em que foram pronunciadas, não fossem dirigidas a uma audiência determinada. Palavras integrantes de capital cultural recentemente herdado pelas classes dominadas ganharam poder quase mágico de encarnação e de vislumbre da emergência de “futuros possíveis” para os integrantes dessas classes, independentemente de como eles seriam concretizáveis.

O discurso propiciava um espectro de verdade, agregando elos de crença e confiança entre receptores e emissor. Os primeiros, assumindo como sua uma opinião que, em primeiro momento, era uma opinião delegada, não produzida por um processo reflexivo sistemático, mas por uma identificação emocional em que se estabelecia uma similaridade imaginária entre o dirigente político e seu público. Assim, a eficácia do discurso de Lula se alicerçava na sua imagem pública, ou seja, a de personalidade com sensível proximidade a desejos e ideias sobre a realidade social de seus potenciais representados, compartilhando interesses semelhantes.

Como todo dirigente político, Lula externa em seus discursos um domínio de competências específicas como as relativas ao entendimento das relações sociais, sobretudo entre as diferentes classes sociais, e às intervenções no campo político. Particularmente nas frases do discurso que foi objeto de nossa análise, há um sentido político dúbio sobre o processo de concretização do que nelas é afirmado, ou seja, sobre a constituição do “futuro possível” anunciado: ser resultante do protagonismo do emissor ou de seus receptores, identificados como “o povo” e constituídos majoritariamente pelas classes dominadas. Essas classes esta-

³⁶ A constituição de consenso sobre significados relativos ao mundo social, produzidos em grande parte por efeito da identificação entre receptores e emissores de discursos políticos apontada por Bourdieu, especialmente em *A Distinção* (Bourdieu, 2007), nos remete também às considerações de Gramsci sobre a fé dos militantes em seus dirigentes políticos, mesmo quando estes não conseguiam reconstituir os argumentos que os levaram a aderir a um partido político (Gramsci, 1999) ou a lhe ser grandemente simpáticos.

riam impedidas de realizar seus desejos por força de conjunturas econômicas e políticas — por exemplo, aquelas dos primeiros anos da década de 2020, pelas ações dos momentâneos agentes detentores do poder governamental —, e não necessariamente pela estrutura das relações de classe. O realce ao impedimento conjuntural de realização dos desejos do “povo” aproximava o emissor de seus receptores, visto que a perspectiva apontada para a mudança da realidade vivida era a melhora das condições de vida, e não a revolução radical dessas condições, proposta que se encontraria em sentido inverso a tendências conservadoras presentes no imaginário político das classes subalternas brasileiras.

Nesse sentido, pode-se aventar a hipótese de que, mesmo embrionariamente, o terceiro governo Lula, minimizando a importância da organização política popular, pois a fé no dirigente não necessariamente implica a organização dos dirigidos, pretende, mesmo que de forma não objetivamente planejada, estabelecer as bases para uma conformação hegemônica do poder político, de memória social-democrata, e na qual cumpriria papel fundamental a nova burguesia nacional³⁷.

Possibilidade factível, porém dependente do posicionamento de frações dessa burguesia, as quais se encontram entre as proposições de empreendimento de desenvolvimento econômico de teor menos dependente e mais socialmente inclusivo e a defesa das históricas formas de acumulação de capital pelo incremento da superexploração da força de trabalho e perpetuação da dependência. O “churrasquinho do povo” encontra-se submetido aos movimentos desse pêndulo político, exceto se forem superadas as difíceis condições de estabelecimento de uma opinião política reflexiva e não delegada pelas classes dominadas.

* Professor titular de Sociologia da Educação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e professor do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Coordenador do grupo de estudos e pesquisa *Habitus e Práticas*, vinculado ao PPGEduc/UFRRJ Bacharel, licenciado e mestre em Ciências Sociais e doutor em Educação pela UFRJ. Realizou estágio de pós-doutorado em Educação pela Universidade de São Paulo (USP).

** Professor assistente do Instituto Federal do Piauí. Licenciado em Letras pela Universidade Estadual do Piauí (Uepi) e em Pedagogia pela Universidade Norte do Paraná (Unopar). Mestre em Educação pela Universidade Estadual do Maranhão (Uema). Doutorando em Educação pela UFRRJ. Integrante do grupo de estudos e pesquisas *Habitus e Práticas*.

► Texto recebido em 31 de outubro de 2024; aprovado em 18 de dezembro de 2024.

³⁷ Uma análise das relações entre os governos de centro-esquerda e a nova burguesia nacional se encontra em Boito Jr. (2012). Proposições expostas por Lula, em especial após sua eleição e no curso do seu primeiro ano, reafirmam a posição central da nova burguesia nacional, apesar de esta ser tendencialmente refratária a proposições que excederiam ao ideário rigidamente liberal.

AZEDO, Luiz Carlos. Lula precisa de um governo para chamar de nosso. **Correio Braziliense**, 11 maio 2023. Disponível em: <www.correiobraziliense.com.br/politica/2023/05/5093708-analise-lula-precisa-de-um-governo-para-chamar-de-nosso.html>. Acesso em: 30 mar. 2024.

BOITO JR., Armando. Governo Lula: a nova burguesia nacional no poder. In: _____. GALVÃO, Andréia (Org.). **Política e classes sociais no Brasil dos anos 2000**. São Paulo: Alameda, 2012. p. 69-104.

BONNEWITZ, Patrice. **Primeiras lições sobre a sociologia de Pierre Bourdieu**. Tradução Lucy Magalhães. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. Tradução Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo; Porto Alegre: Edusp; Zouk, 2007.

_____. **A economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Edusp, 2008.

_____. As categorias do juízo professoral. In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (Org.). **Escritos de educação**. Tradução Vera S. M. Falsetti. Petrópolis: Vozes, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **Esboço de autoanálise**. Tradução Sérgio Miceli. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

_____. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

_____. **O senso prático**. Tradução Maria Ferreira. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. Os usos do “povo”. Tradução Cassia R. da Silveira e Denise Moreno Pegorin. In: _____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990. p. 181-187.

_____. **Sociologia geral**. Tradução Fábio Ribeiro. Petrópolis: Vozes, 2023. v. 3: As formas do capital — Curso no Collège de France (1983-1984).

_____. (Coord.). **A miséria do mundo**. 5. ed. Tradução Mateus S. Soares Azevedo et al. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOURDIEU, Pierre; SAYAD, Abdelmalek. **El desarraigo**: la violencia del capitalismo en una sociedad rural. Tradução Angel Abad. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2017.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loic. **Una invitación a la sociología reflexiva**. Tradução Ariel Dillon. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2012.

FAO et al. **The state of food security and nutrition in the world 2022**: repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable. Roma: FAO, 2022. Disponível em: <www.fao.org/documents/card/en?details=cc0639en>. Acesso em: 14 jan. 2024.

_____. **As palavras e as coisas**. Tradução Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

GRAMSCI, Antonio. Caderno 11 (1962-1933): introdução ao estudo da filosofia. In: _____. **Cadernos do cárcere**. Tradução Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999. v. 1.

MARIA, Rosa. **A arte de comer bem**. 13. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1942.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Tradução Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

MARTUSCELLI, Danilo Enrico. A transição para o neoliberalismo e a crise do governo Collor. In: BOITO JR., Armando; GALVÃO, Andréia (Org.). **Política e classes sociais no Brasil dos anos 2000**. São Paulo: Alameda, 2012. p. 19-68.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. **Populismo**: una breve introducción. Tradução María Enguix Tercero. Madrid: Alianza, 2019.

POCHMANN, Marcio. **Nova classe média?**: o trabalho na base da pirâmide social brasileira. São Paulo: Boitempo, 2012.

REDE PENSSAN. **II Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil**: relatório final. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert; Rede Penssan, 2022. Disponível em: <<https://olheparaafome.com.br/#inquerito>>. Acesso em: 14 jan. 2024.

SORAGGI, Bruno. Bolsonaro diz que picanha de Lula é conversa e não existe fome “pra valer” no Brasil. **Folha de S.Paulo**, 26 ago. 2022. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/08/bolsonaro-diz-que-picanha-de-lula-e-conversa-mole-e-nao-tem-file-mignon-pra-todo-mundo.shtml>. Acesso em: 2 abr. 2024.

VICTOR, Fabio. Lula perde carisma, e “horror da ditadura” não pode ser esquecido, diz Fábio Konder Comparato. **Folha de S.Paulo**, 30 mar. 2024. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/poder/2024/03/lula-perde-carisma-e-horror-da-ditadura-nao-pode-ser-esquecido-diz-fabio-konder-comparato.shtml>. Acesso em: 2 abr. 2024.

WEBER, Max. **Economia y sociedad**. 2. ed. Tradução José Maria Echevarria et al. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1964.