

**FELICIDADE ENCARNADA: UMA ANÁLISE DA CAMPANHA
PRESIDENCIAL DO PT EM 2018**

**EMBODIED HAPPINESS: AN ANALYSIS OF THE PT'S PRESIDENTIAL
CAMPAIGN IN 2018**

Claudio Luís Damasceno Valente Júnior*

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Gustavo Leonardo Barreto Silva**

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

RESUMO

O presente artigo busca compreender a construção temporal e de significado de felicidade estabelecido no slogan "O Brasil feliz de novo", utilizado na campanha presidencial do Partido dos Trabalhadores em 2018. Partindo da análise crítica do Plano de Governo 2019-2022 da Coligação O Povo Feliz de Novo e dos mandatos presidenciais do PT, o referido trabalho toma como referencial teórico LIPOVETSKY (2007), no tocante às noções de consumo e felicidade e NERI (2019) para uma análise do ranking brasileiro de felicidade dos últimos anos.

Palavras-chave: Partido dos trabalhadores. Felicidade. Brasil. Lula. Consumo.

ABSTRACT

This article seeks to understand the temporal and meaningful construction of happiness established in the slogan "Brazil happy again", used in the presidential campaign of the Workers' Party in 2018. Based on the critical analysis of the Government Plan 2019-2022 of The Happy People Again Coalition and PT presidential mandates, this work takes as theoretical reference LIPOVETSKY (2007), regarding the notions of consumption and happiness and NERI (2019) for an analysis of the Brazilian ranking of happiness in recent years.

Keywords: Workers Party. Happiness. Brazil. Lula. Consumption.

* Graduando no curso de licenciatura em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Pernambuco.

E-mail: claudiokjk10@gmail.com

** Graduando no curso de licenciatura em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Pernambuco.

E-mail: ogustavobarreto@gmail.com

INTRODUÇÃO

No ano de 2018, o Brasil foi cenário de uma corrida presidencial inusitada. Esta foi a primeira eleição a nível nacional após quatorze anos da Era Petista Lula-Dilma, a qual foi interrompida por meio de uma ruptura institucional – o golpe parlamentar de 2016 - mediante um contexto de crise política e econômica. Na visão de SAFATLE (2017, p.15), a partir desse momento, se tratava de um país à deriva. Ainda, a principal liderança do Partido dos Trabalhadores, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, estava a disputar o pleito pelo executivo nacional encarcerado. Que, por esse motivo, mais tarde seria substituído por seu candidato a vice: Haddad.

Diferentemente das disputas anteriores definida pela polarização entre PT e PSDB, agora os extremos foram compostos entre PT e PSL. Partido esse último que, através da figura de Jair Messias Bolsonaro, canalizou diversas forças políticas que estavam, aparentemente, atordoadas com a narrativa midiática da Operação Lava-Jato e desanimadas em relação à situação da econômica e os altos índices de desempregos do país. O problema é que, como coloca LAVAREDA (2009, p.65), as crises demoram a chegar à mente da população, mas também, demoram a ir embora. O que faz levantar questionamentos a respeito da autoestima do brasileiro diante deste cenário, a influência do aspecto de felicidade nas estratégias de campanha e, até mesmo, o peso desses fatores no resultado da eleição.

Diante de um processo eleitoral tão conturbado quanto esse, que acontece em meio a uma crise conjuntural, faz-se necessária uma análise dos processos de construção da imagem dos candidatos, de suas campanhas e do comportamento social com relação ao sentimento de felicidade. De acordo com LAVAREDA (2009, p.133), durante muito tempo os cientistas sociais não reconheceram a importância do estudo das campanhas eleitorais e do papel da mensagem eleitoral. Pelo contrário, deixaram que fosse delegado ao campo do marketing todas as fichas do jogo eleitoral. No entanto, é a partir da análise das campanhas eleitorais que podemos refletir sobre o contexto político e social de uma eleição. Uma vez que toda campanha dispõe de estratégias discursivas e de marketing para expor os nomes e as ideias dos candidatos com a finalidade de

persuadir os eleitores, seja acentuando a decisão de alguns ou buscando fazer outros aderirem à ideia. No caso do PT, em 2018, suas estratégias foram marcadas pela busca de um Brasil feliz de novo, como fica explícito em seus slogans, plano de governo e materiais de propaganda.

A Coligação O Povo Feliz de Novo, formada pelos partidos PT, PCdoB e PROS, tomava por slogan “o Brasil feliz de novo”. Podendo essa campanha, assim, ser interpretada como uma resposta à situação pela qual o país estava passando¹, de infelicidade. Partindo dessa indagação, são levantadas algumas perspectivas a serem abordadas de forma mais aprofundada no decorrer do trabalho. Primeiro, seria que a felicidade estabelecida nos mandatos Lula. Segundo, com o quadro de crise consolidado, chegaria ao fim o período de felicidade. E, por último, tomando aquele slogan como ponto norteador, é apresentada uma esperança para o retorno da felicidade do povo brasileiro, que só seria viável através da eleição da coligação.

Para obter acesso às ideias norteadoras da campanha presidencial do PT de 2018, buscou-se encontrar esses dados no plano de governo da coligação. Uma vez que o documento, exigido obrigatoriamente pelo TSE, deve conter as propostas e convicções dos candidatos ao cargo executivo. Portanto, esse documento aparece como além de uma ótima fonte de informação para os eleitores, um excelente objeto de estudo para os cientistas sociais. Com isso, o trabalho parte de uma análise crítica do Plano de Governo 2019-2022 da Coligação O Povo Feliz de Novo e da campanha presidencial do PT, buscando compreender o contexto político e social da eleição e a construção temporal e de significado de felicidade abordado durante a campanha pela chapa.

AS TRÊS PERSPECTIVAS DA FELICIDADE ENCARNADA

Primeiramente, precisamos voltar no tempo e compreender como os governos do Partido dos Trabalhadores se desenvolveram. Em 2002, Luís Inácio Lula da Silva foi eleito presidente do Brasil representando a sigla do PT. Lula estabelece em seu governo uma política de desenvolvimento baseada em alto índice de consumo e políticas públicas voltadas para atender à população mais

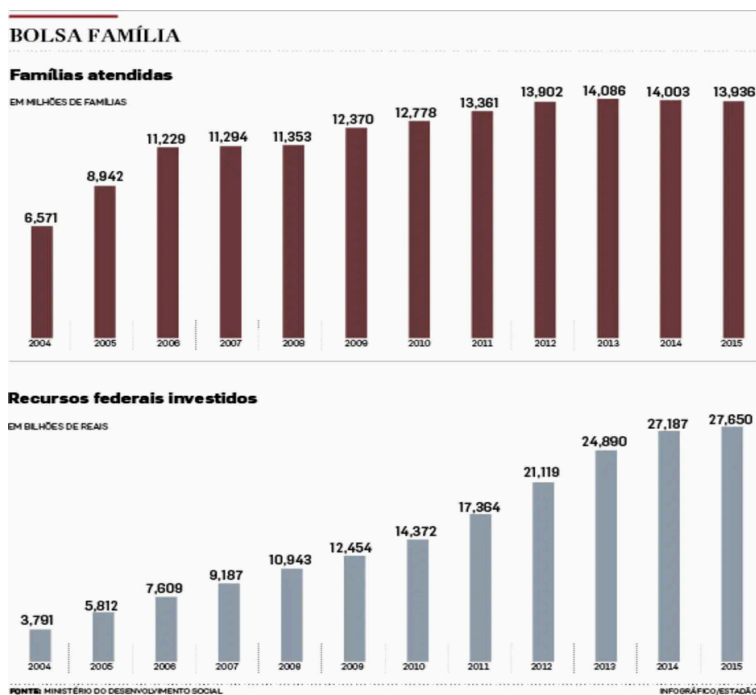
¹ ARAUJO, Guilherme Leonardo. O Brasil feliz de novo: uma análise retórica do jingle do PT. 2018. p. 7

necessitada do país. Para análise desse governo será estabelecida e interpretada com base em LIPOVETSKY (2007), que vai abordar em seus estudos um sentido de felicidade construído através de um hiperconsumo estabelecido na sociedade, também vai apontar o processo de democratização dos desejos e enfatizar que o progresso ligado ao crescimento econômico tem como ponto a felicidade.

Os mandatos de Lula (2002-2010) foram marcados por um grande crescimento econômico e distribuição de renda. Em seu discurso de posse, proferido na Câmara dos Deputados, foi bastante simbólica a frase que iria implicar a vida do brasileiro naquele período. Nas palavras de Lula, se, ao final de meu mandato, cada brasileiro pudesse se alimentar três vezes ao dia, ele teria realizado a missão de sua vida². Dito isso, era estabelecido em seu discurso duas indagações, a da distribuição de renda para os mais pobres e a do consumo daquilo que é mais básico para um indivíduo, um prato de comida.

Ao analisar o aspecto de felicidade associado ao processo de distribuição de renda e aplicação de políticas públicas importantíssimas nesse processo, como Bolsa família, Água para todos, PROUNI, minha casa minha vida e tantos outros programas, é perceptível o ideal de bem-estar estabelecido. Pois, como afirma LIPOVETSKY (2007, p.46), o processo de democratização dos bens de consumo, como uma casa, um carro, um remédio, uma comida na mesa, uma boa escola, tudo isso se reflete na realização pessoal que se torna possível com a ascensão de políticas públicas e pela distribuição de renda. Com isso, torna-se possível a felicidade do povo. Que estabelecida pelos aparatos estatais, se fortalece no mandato de Lula. Assim, a felicidade acompanha a qualidade e ampliação dos serviços prestados, como é mostrado no gráfico o índice de famílias atendidas pelo programa Bolsa família:

² Discurso de posse do presidente Lula em 2003.



Fonte: Estadão.

Por meio do gráfico, pode-se compreender o processo de democratização dos desejos no mandato do governo Lula, mas essa felicidade econômica também estaria inteiramente ligada ao processo de felicidade moral do brasileiro para com o próprio Lula, o Estado Brasileiro e para si próprio. Como mostrado na pesquisa Datafolha de 2010, que resulta no final do mandato com melhor avaliação da história do Brasil, 83% dos brasileiros adultos avaliam o mandato lulista como bom e ótimo. Desta maneira, na campanha presidencial de 2018 o Partido dos Trabalhadores toma a imagem de Lula como símbolo do retorno da felicidade, visto que no ano da campanha os índices de felicidade, medidos pelo Gallup World Poll, continuam em queda.

Ao ser eleita carregando o capital político de Lula na campanha em 2010, Dilma Rousseff inicia seu mandato com a esperança de obter o mesmo desempenho que Lula obteve. Sua administração cria políticas públicas para fortalecer o legado recebido de combate à miséria, é criada a lei de acesso à informação, a comissão nacional da verdade é formada, e vários outros projetos são desenvolvidos. Porém, ao contrário de seu antecessor, Dilma sofre graves

ataques no seu governo, também, não consegue conter a crise econômica mundial e isso resulta numa crise política. Isso leva à intensificação dos protestos de junho de 2013, em que milhares de jovens manifestantes vão às ruas reivindicar as mais diversificadas pautas. O governo responde a essa insatisfação com repressão, fazendo com que sua aprovação caia ainda mais.

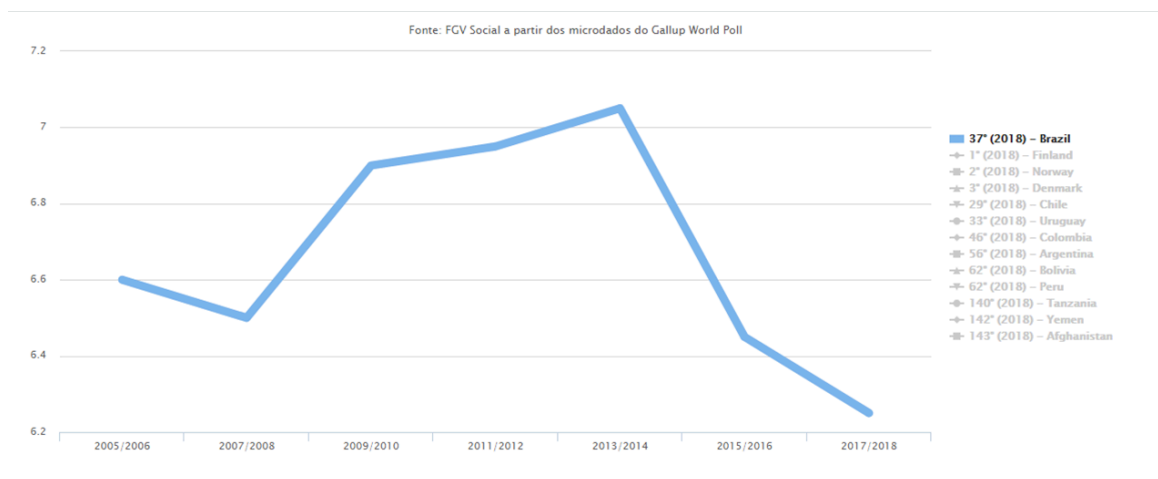
Mesmo após sua reeleição, em 2016, Dilma não tem descanso, sua impopularidade só cresce, ao que tudo indica em decorrência do aumento do desemprego no ano anterior. Faltava também governabilidade, pois seus projetos de governo não tramitam na Câmara, o país sofre com a pior recessão da sua história e, ao mesmo tempo, compromete-se em grandes gastos públicos decorrentes a megaeventos esportivos internacionais. Em meio a esse período, se instaura a Operação Lava Jato que casos de corrupção na Petrobras, tal esquema envolvia doleiros e propinas bilionárias. Algo que resulta numa ruptura do PT com o PMDB, sua base no congresso, fazendo com que o processo de impeachment por supostas “pedaladas fiscais” corresse rápido pelo legislativo dada as rugas causadas na relação entre os partidos. Diante desse contexto, o Brasil se polariza ainda mais entre esquerda e direita só aumenta juntamente com as manifestações de ambos os lados.

Em maio de 2016, o processo de impeachment é finalizado e com 367 votos a favor e 137 contra, o congresso aprova o processo e Michel Temer assume o cargo de presidente do Brasil. É nesse momento que o Partido dos Trabalhadores afirma haver uma ruptura da felicidade estabelecida nos seus governos, devido a maneira sorrateira como foi levado o processo e a um novo projeto de poder impopular que entra em vigor. Com a queda de Dilma, o partido aposta na polarização e no discurso de defesa à democracia, mas no decorrer das discussões percebe-se que a crise econômica e social do governo Dilma foi muito além da insatisfação dos brasileiros, como aponta o Vladimir Safatle (2017, p.31):

As políticas implementadas depois da derrubada de Dilma Rousseff, como a limitação de gastos públicos pelos vinte anos seguintes, com a decomposição anunciada do Estado brasileiro, a reforma previdenciária e o desmonte dos direitos trabalhistas, aproveitaram-se de uma guinada neoliberal do próprio governo

petista que, ao entregar sua política econômica a alguém como Joaquim Levy, permitiu a consolidação do discurso de que a única saída para a situação de crise seria adotar o mesmo modelo de políticas econômicas que havia falhado no resto do mundo.

Na perspectiva de NERI (2019), “o filme dos últimos anos revela uma grande regressão social”. Para o autor, o Brasil dos brasileiros teria piorado na crise ainda mais que o PIB; “Desemprego, desigualdade e desilusão com a política estão entre os agravantes adicionais”. Mas, para melhor entendimento dessa conjuntura é preciso analisar o gráfico Resumo do Ranking de Felicidade do Brasil (2005 - 2018) da FGV Social, que segue em imagem:



Fonte: FGV Social.

Analisando o gráfico observamos o aumento do índice de felicidade no Brasil durante os dois mandatos de Lula e o primeiro mandato de Dilma, graças às políticas de distribuição de riquezas e ampliação do consumo da população, principalmente de itens básicos como alimentação. Assim, como resultado das políticas o gráfico aponta um ápice de felicidade no ano de 2013 e, logo depois, em meados de 2014 para 2015, esse índice tem uma queda vertiginosa. No caso, a felicidade do povo brasileiro cai de uma maneira absurda em consequência dos efeitos dos protestos de junho de 2013 e o descontentamento geral com a gestão do governo. NERI (2019) aponta que o pior momento foi em 2015, ano no qual o

índice de felicidade caiu sete pontos na escala. O autor revela que algumas ações podem ter contribuído para o resultado, como o aumento no desemprego. Entre as medidas de austeridade, nesse mesmo ano do governo Dilma, houve o congelamento do Bolsa Família e a renda dos 5% mais pobres caiu 14%, afetando diretamente a região nordeste, onde teve a queda maior de renda.

Marcelo Neri (2019, p.11) ainda tece algumas considerações sobre o período de queda do índice de felicidade de 2014 a 2018. Primeiro, que a média de renda do brasileiro que vinha crescendo mais que o PIB até 2014 passa a cair mais. Além disso, “ (...) a desigualdade que vinha caindo está em alta” e “ (...) renda e carteira de trabalho que dão segurança às pessoas caíram”. Deste modo, com base nos dados analisados fica aparente o que levou o Brasil a deixar de ser feliz. Contudo, se para o PT, o período de crise e infelicidade no país surge a partir do Golpe de 2016. Para NERI (2019), o cenário de ruptura da felicidade começa a ser desenhado a partir da crise política e econômica e das medidas de austeridades tomadas durante o segundo mandato de Dilma, aprofundadas na gestão Temer.

Sob a abordagem teórica de LIPOVETSKY (2007 p.161), que observando a decepção do consumo, o autor aponta que quando o indivíduo estabelece uma relação confortável com serviços adquiridos a partir da adoção de políticas do Estado, como no caso do governo Lula com a conquista de poder de compra e a possibilidade de usufruir serviços públicos de qualidade, e ocorre uma mudança drástica nestes serviços com a redução considerável de qualidade, isso acaba acarretando numa tristeza e em um descontentamento com o serviço público e com o poder político em questão, principalmente entre as pessoas que dependem desses serviços para a manutenção de suas necessidades básicas de subsistência. O que reforça a motivação da infelicidade do povo brasileiro em decorrência dos eventos ocorridos no segundo mandato de Dilma e agravados pelo governo de Michel Temer.

Com isso, o PT enxerga na eleição presidencial em 2018 uma forma de voltar a assumir o poder executivo federal, usando como estratégia discursiva a imagem de Lula e a lembrança de seus mandatos como símbolo de um país feliz e próspero. Porém, o processo sofre mudanças, pois Lula estaria preso em

Curitiba e condenado em segunda instância por corrupção e lavagem de dinheiro teve candidatura acaba sendo impugnada pelo Supremo Tribunal Eleitoral com base na lei da ficha limpa. Frente a essa situação, o PT opta pelo nome do candidato a vice-presidente, Haddad, para encabeçar a chapa e, também, representar a felicidade do povo brasileiro. Visto que, uma vez eleito, iria recuperar do período áureo da “felicidade encarnada”.

O BRASIL FELIZ DE NOVO?

O Plano de Governo inicia destacando Lula como a ideia que o inspirou e que Fernando Haddad é o nome escolhido para liderar a frente³. Assim como, finaliza pontuando que o programa “honra o legado de Lula e condensa suas ideias”⁴ Aliás, o texto aponta que Haddad compartilha o sonho de Lula de um país, sempre apontando para uma estratégia discursiva de que Haddad é Lula. O que era extremamente necessário, já que a primeira pesquisa presidencial mostrava Lula com 39% das intenções votos⁵ e seu sucessor tinha como meta herdar diretamente seu capital político. No entanto, essa transferência dos votos não ocorre de forma tão direta e clara pelo fato da imagem de felicidade proposta no slogan de campanha estar inteiramente ligada a imagem do ex-presidente Lula.

O PT em seu programa também estabelece uma linha de afirmações voltadas exatamente com o foco no descontentamento da população brasileira, propondo como saída a retomada de programas que gerem, novamente, a democratização dos bens e serviços. Algo que fica objetivo na passagem que apresenta como estratégia para “(...) reativar a economia, pelo consumo e pelos investimentos produtivos”⁶. Percebemos, então, que esse é um discurso que sempre conta com a lembrança e a esperança do seu interlocutor, eleitor. Segundo LAVAREDA (2009, p.64), “um bom passado econômico recente e governantes populares parecem ser um importante motor de otimismo de uma

³ Plano de Governo 2019-2022 da Coligação O Povo Feliz de Novo. p.5.

⁴ Op. Cit. p.10.

⁵ Isso mostra como a política da potencialização do consumo é eficaz para o sentido de felicidade.

⁶ Op. Cit. p.6.

nação”. Porque é na esfera econômica que se dão as condições básicas de bem-estar e, conseqüentemente, de felicidade.

Contudo, não há uma abordagem da crise política e econômica surgida a partir do segundo mandato do governo Dilma, como já vimos. Em contrapartida, por estratégia eleitoral, responsabiliza-se o golpe de 2016 e o governo de Michel Temer por uma crise democrática, que foi aprofundada em decorrência da “cassação, violação e massacre”⁷ dos direitos sociais em um curto período de tempo na história do país. Tanto, que propõe a revogação das principais medidas do governo Temer, como a Emenda Constitucional 95 – de congelamento dos gastos – e a Reforma Trabalhista para, assim, poder ocorrer o retorno da felicidade. No tocante a educação, o Plano de Governo (2018, p.8) prevê:

O governo Haddad devolverá à educação a prioridade estratégica em nosso projeto de Nação, atuando como atuou como Ministro, da creche à pós-graduação. Vamos criar o programa Ensino Médio Federal, revogando a reforma autoritária promovida pelo governo Temer e apoiando os Estados e o DF na ampliação do acesso, garantia de permanência e melhoria da qualidade do ensino de nossa juventude.

Com base na citação, destaca-se o ideal de felicidade do brasileiro para o PT que é de “(...) um brasileiro com um livro numa mão e uma carteira de trabalho na outra”⁸. Exaltando a educação e o trabalho como fundamentais para a manutenção de uma vida mais cômoda, como já foi a um certo tempo atrás. Por fim, conforme discute SAFATLE (2017), “o poder não funciona mais através da enunciação dos objetivos de desejo: ele funciona através da gestão da nossa falta”. É nesse caminho que sinalizam as estratégias discursivas eleitorais do PT, em trabalhar no eleitorado a falta daquilo que eles já usufruíram um dia, seja o emprego, a oportunidade de formação ou a capacidade de consumir algum item durável ou não durável. Mas, só poderia voltar a esse momento de felicidade se desse seu voto ao projeto eleitoral do partido, elegendo Haddad presidente.

⁷ Op. Cit. p.5.

⁸ Idem.

CONCLUSÃO

O Partido dos Trabalhadores por meio do slogan da campanha presidencial de 2018, O Brasil Feliz de Novo, realiza uma construção temporal de felicidade apoiada na imagem e memória dos mandatos do governo Lula. Essa construção e dá em três tempos (passado, presente e futuro) ou, como foi discutido, em três perspectivas da felicidade encarnada. No passado, trata-se do Brasil que foi feliz durante os mandatos do governo Lula graças a adoção de uma política de desenvolvimento baseada em alto índice de consumo e em políticas públicas voltadas para atender à população mais necessitada do país. Em um passado recente desembocando no presente, essa felicidade é destruída. Para o PT, o período surge a partir do Golpe de 2016. Já, de acordo com o trabalho em questão, fica comprovado que o cenário de ruptura da felicidade começa a ser desenhado a partir das crises políticas e econômicas do segundo mandato de Dilma e é aprofundado pelas medidas do governo Temer. Por último, no tempo futuro, há a abordagem de um país que pode voltar a ser feliz, elegendo Haddad presidente para recuperar o período áureo da felicidade encarnada.

Esse recurso é utilizado como uma estratégia discursiva e eleitoral para o convencimento do eleitorado. Para conversar com os 83% dos brasileiros que já aprovaram o governo Lula, dizendo que eles podem voltar a ser feliz. Até porque a novo candidato, Haddad, é Lula e Lula é Haddad. O programa de governo também será apoiado nas ideias de Lula. Como discutido, o PT trabalha com a ideia de falta, buscando sempre a memória afetiva do eleitorado para que movido pela emoção, mais do que pela razão, deixe-se convencer da necessidade do retorno do projeto político do partido. De fato, trata-se de um processo encarnado, não só pela cor de luta do PT. Mas, desde pelas medidas populares do governo Lula até a campanha política que tenta plantar uma semente de esperança e otimismo em cada brasileiro que já viveu em um tempo melhor, o povo sempre tem um papel importante ligado ao grupo. Tanto que, de acordo com o jingle Brasil feliz de novo, Haddad é Lula, mas Lula é o povo e essa junção produz um Brasil feliz de novo.

Sobre o significado de felicidade estabelecido no Plano de Governo 2019-2022 da Coligação O Povo Feliz de Novo, que fica subjetivo no uso do slogan da campanha, refere-se a um brasileiro com um livro numa mão e uma carteira de trabalho na outra, mas que também tenha o direito de consumir. Educação, trabalho e garantia de consumo, aspectos que mais foram atacados pelas medidas de austeridades do final do governo Dilma e durante o durante todo o mandato Temer, tende a colocar a felicidade como sinônimo de democracia, já que o último é tratado como ilegítimo e partido, por estratégia política, não reconhece as ações negativas de Dilma. Sendo que só a coligação do PT discursivamente seria capaz de assegurar a democracia e trazer de volta a felicidade de anos anteriores. Contudo, como cita a cantora pernambucana Flávia Ferro, em sua canção Revólver, “o pessimismo é luxo de quem tem dinheiro”. Então, deve-se compreender que a esperança e felicidade de em um país não ser reduzida a um indivíduo ou a apenas um grupo político, pois o Brasil é muito maior que isso. Cabendo, portanto, ao povo de se inteirar dos processos políticos e sociais para tomar sua decisão de forma mais objetiva e buscar a sua felicidade a todo momento. Aí poderá ser discutida uma felicidade encarnada puramente de luta do povo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACIMA DAS EXPECTATIVAS LULA ENCERRA MANDATO COM MELHOR AVALIAÇÃO DA HISTÓRIA. 2010. DATAFOLHA. Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2010/12/1211078-acima-das-expectativas-lula-encerra-mandato-com-melhor-avaliacao-da-historia.shtml>>. Acesso em 04 dez.2019

A LISTA FINAL DA VOTAÇÃO DO IMPEACHMENT NA CAMARA. UOL. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/a-lista-final-da-votacao-do-impeachment-na-camara/>>. Acesso em 04 dez.2019.

APROVAÇÃO AO GOVERNO DILMA ROUSSEFF CAI 27 PONTOS EM TRÊS SEMANAS. 2013. DATAFOLHA. Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2013/06/1303659-aprovacao-a-governo-dilma-rousseff-cai-27-pontos-em-tres-semanas.shtml>>. Acesso em 04 dez.2019.



APURAÇÃO VOTOS PRESIDENTE. 2014. G1 GLOBO. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/apuracao-votos-presidente.html>>. Acesso em 04 dez.2019.

COLIGAÇÃO O POVO FELIZ DE NOVO. **Plano de Governo 2019-2022**. 2018.

DILMA SANCIONA LEI QUE ELEVA TRIBUTOS DE BANCOS. 2015. G1 GLOBO. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/10/dilma-sanciona-lei-que-eleva-tributo-de-bancos.html>>. Acesso em 04 dez.2019.

LAVAREDA, Antonio. **Emoções Ocultas e Estratégias Eleitorais**. Rio de Janeiro, objetiva, 2009.

NERI, Marcelo C. **Como Vai a Vida? Entendendo a economia da felicidade**. Rio de Janeiro – RJ, março de 2019. FGV Social.

PESQUISA DATAFOLHA LULA 39% BOLSONARO 19% MARINA 8% ALCKMIN 6% CIRO 5%. 2018. DATA FOLHA. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/08/22/pesquisa-datafolha-lula-39-bolsonaro-19-marina-8-alckmin-6-ciro-5.ghtml>>. Acesso em 05 dez.2019.

SAFATLE, Vladimir. **Só mais um esforço**. São Paulo: Três Estrelas, 2017.

VEJA OS PRINCIPAIS PROGRAMAS SOCIAIS DO GOVERNO LULA. ESTADÃO. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral/veja-os-principais-programas-sociais-do-governo-lula,130446>>. Acesso em 04 dez.2019.