

“QUEM VÊ CARA NÃO VÊ CORAÇÃO”: Uma discussão sobre mudanças nas identidades visuais dos partidos políticos na democracia brasileira¹

“DON’T JUDGE A BOOK BY ITS COVER”: A discussion on changes in visual identities of political parties in Brazilian democracy

Emerson Urizzi Cervi²

Miguel Quessada³

Resumo: O trabalho investigou se houve um rebranding, uma refundação de fato dos partidos políticos, ou se ocorreu apenas uma camuflagem, restringindo à mudança apenas na sua prática comunicacional partidária, em especial nas mudanças nas identidades visuais e tópicos discursivos visando às eleições de 2020 e 2022. Foram analisados identidade visual e o estatuto dos seguintes partidos políticos: 1) Partido Progressista/Progressistas, 2) PEN/PATRIOTA, 3) PPS/Cidadania 23, 4) PRB/Republicanos, 5) PMDB/MDB, 6) PR/PL. O reposicionamento ganhou força com a ascensão da direita no país, acarretando uma diversidade de novos nomes. A reformulação visual de partidos brasileiros também tem uma característica ideológica. Ela é usada como estratégia de reposicionamento junto ao público, principalmente, entre partidos mais à direita na escala ideológica.

Palavras-Chave: Partido. Rebranding. Democracia.

Abstract: The paper investigated whether there was a rebranding, a political refoundation of parties, whether there was only camouflage, restricting change only to their party communication practice, especially changes in visual identities and discursive topics aimed at the 2020 and 2022 elections. Visual identity and the status of the following political parties were analyzed: 1) Partido Progressista/Progressistas, 2) PEN/PATRIOTA, 3) PPS/Cidadania 23, 4) PRB/Republicanos, 5) PMDB/MDB, 6) PR/PL. The repositioning of the brand gained strength with the rise of the right wing in the country, leading to a diversity of new names. The visual reformulation of Brazilian parties also has an ideological characteristic: a strategy of rebranding in the public eye among more right wing parties on the ideological scale.

Keywords: Party. Rebranding. Democracy

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Democracia da 10ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (10ª COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Ceará (UFC), 09a 10 de maio de 2023.

² Cientista político pelo IUPERJ. Professor do departamento de ciências sociais e pós-graduação em ciência política da Universidade Federal do Paraná -UFPR. E-mail: ecervi7@gmail.com

³ Mestre em Ciência Política (UFSCar). Doutorando em Comunicação (UFPR). E-mail: quessada.miguel@gmail.com

1. Introdução

Resquício da ditadura, a Lei 6.767 (BRASIL, 1979) obrigava a palavra “partido” em todas as agremiações partidárias. A obrigatoriedade caiu em 1995 com a Lei nº 9.096/ (BRASIL, 1995), mas somente em 2007, o PFL foi pioneiro na mudança e refundou-se, vindo a chamar DEM. Era o primeiro partido após a redemocratização a não carregar a nomenclatura “partido” no nome. Somente uma década depois, houve alterações semelhantes. O PTdoB tornou-se Avante, o PTN, Podemos e o PEN, Patriota. Diversos partidos seguiram o exemplo, tanto os mais recentes: SOLIDARIEDADE, REDE, NOVO, UP como os tradicionais: MDB, CIDADANIA, REPUBLICANOS. O reposicionamento da marca ganhou força com a ascensão da direita no país, acarretando uma diversidade de novos nomes. O trabalho analisou a identidade visual e o estatuto dos seguintes partidos políticos: 1) Partido Progressista/Progressistas, 2) PEN/PATRIOTA, 3) PPS/Cidadania 23, 4) PRB/Republicanos, 5) PMDB/MDB, 6) PR/PL, Além desses, há outros como o PTN/PODEMOS, PTC/AGIR, PTdoB/AVANTE, PSDC/Democracia Cristã e o Democratas e PSL que se fundiram e ganharam o nome de União Brasil. Por questão de delimitação de espaço, eles não foram abordados neste artigo.

A maioria dos estudos sobre partidos políticos estão vinculados a partidos de esquerda, sobretudo ao PT. Há poucos que estudam os de direita (ALMEIDA, 2004). Nesse aspecto, o artigo analisa uma estratégia de marketing adotada que une as agremiações de direita. O artigo está dividido em três partes, além dessa introdução. Na primeira parte, há uma discussão sobre a crise da democracia e a representação partidária. Aqui, o foco é mostrar a relação da crise democrática com a partidária a fim de compreender o desafio dos partidos ao conquistar novos eleitores. Na segunda, trabalhamos o conceito de partidos para além das organizações, mas também como instituições. A partir daí, é feita uma discussão de como é laborioso a mudança institucional, mostrando assim que um *rebranding* partidário (refundação) é bem mais profundo que uma alteração de nomenclatura ou identidade visual. E por fim, serão analisadas as mudanças (se é que ocorreram) nos estatutos e nas identidades visuais de cada partido que passou pelo *rebranding*.

2. Crise da Democracia e Representação Partidária

A crise da democracia é objeto de estudo de diferentes autores (CASTELLS, 2002; 2019; PRZEWORSKI, 2020). Castells apresenta uma sociedade fragmentada, sem memória nem solidariedade que recupera a unidade pela sucessão de imagens que a mídia devolve semanalmente, uma sociedade desprovida de cidadãos, uma não sociedade. Há uma profunda crise na democracia liberal clássica e um estímulo à chamada democracia informacional. Os atores não mais representam os seus eleitores, a política se profissionaliza e os chamados políticos passam a defender os próprios interesses. A transformação da política e dos processos democráticos são consequências diretas das novas tecnologias de informação no debate político e na busca do poder.

O uso compartilhado da tecnologia propicia novas regras do jogo que afetam a essência da política. A mídia eletrônica e todas as formas de comunicação tornaram o espaço privilegiado da política. Sem a mídia não há meio de adquirir ou exercer o poder. Ele aponta a personalização dos eventos em que os políticos e não a política são os principais atores. Isso coincide com o declínio dos partidos políticos e aquela imagem do salvador da pátria, do gestor que não é político, ganha eco na sociedade e a simplificação dos grandes dilemas encontra respaldo nos discursos populistas e de uma “nova política” que tenta negar uma política já ultrapassada, mas apesar da opinião pública mostrar uma rejeição aos partidos, aos políticos e à política profissional, as pessoas continuam votando.

O descrédito dos partidos é consequência de uma crise de legitimidade associada à falta de credibilidade do sistema político, de modo que o sistema partidário parece ter se tornado um resquício burocrático destituído de fé pública. E bem antes de presidentes como Donald Trump ou Jair Bolsonaro, Castells já era um profeta dessa crise da democracia na política informacional. Ele apontava a personalização exacerbada da liderança, simplificação da mensagem bem versus mal, valores morais e religiosos como parâmetro da vida pública e o mundo fora do controle, precisando de alguém com pulso firme para governar. Tais valores nos últimos foram encarnados pela extrema-direita e levou ao poder figuras excêntricas

da política. A crise da democracia passa pela crise de representação e partidária. Castells (2018) aponta que a crise de legitimidade política é marcada pelo sentimento majoritário de que os atores do sistema político não nos representam. A política se profissionaliza e os políticos tornam um grupo social que defende seus interesses acima dos interesses daqueles que deveriam representar.

Já Przeworski (2020) usa o conceito de retrocesso democrático (desconsolidação) para falar do processo de desgaste gradual das instituições e das normas da democracia. Para que isso aconteça, os governantes tentam impedir que a oposição ganhe as eleições, tentam enfraquecer as instituições para que percam a capacidade de controlar o Executivo e buscam reprimir com violência as manifestações populares. Neste caso, o governo tenta neutralizar as possíveis resistências (partidos políticos de oposição, sistema judicial, mídia e as ruas). O autor elenca três sinais que mostram que uma democracia pode estar vivendo em crise: desgaste dos sistemas partidários tradicionais ao passo que houve apoio à direita radical, avanços dos partidos racistas, xenofóbicos e nacionalistas e o declínio do apoio à democracia.

A personalização da política também é abordada por Manin (1995) ao concordar que a representação política passa por uma crise nos países ocidentais. Por décadas, a representação estava fundamentada em uma relação de confiança entre eleitorado e partidos políticos, uma vez que a maioria dos eleitores se identificava com um partido político e a ele mantinha fidelidade. A identificação diminuiu e cresceu o número de eleitores que não se identificam com nenhum partido. No passado, os partidos propunham um programa político. Essa estratégia mudou para construção de imagens vagas que projetam a personalidade dos líderes. Os políticos chegam ao poder devido às suas aptidões e domínio dos meios de comunicação. Os partidos que outrora faziam campanhas centradas nos programas, agora fazem centradas na personalidade dos líderes.

Na democracia os governos são representativos porque são eleitos. Em tese, os partidos ou candidatos fazem propostas e os cidadãos escolhem as propostas que querem que sejam implementadas (representação por mandato), mas a democracia não garante mecanismos institucionais para assegurar que as escolhas

sejam respeitadas. Outra alegação é que as eleições servem para manter o governo responsável pelos resultados de suas ações passadas, uma espécie de prestação de contas. A representação, contudo, não é tão simples, visto que os políticos possuem objetivos, interesses e valores próprios e sabem de coisas que os eleitores desconhecem (PRZEWORKS, MANIN, STOKES, 1999).

Manin (2013) corrobora ao mostrar que diversos estudos mostram o enfraquecimento dos partidos, mas ele é cuidadoso ao inferir que os partidos são multifacetados e uma menor capacidade em uma área não significa necessariamente declínio nas demais, visto que elas continuam mobilizando eleitores, recrutando membros e ativistas, apresentam candidatos e organizam o trabalho de legislaturas e governos. É inegável, contudo, a perda da fidelidade partidária pelos eleitores. Por outro lado, continuam fortes na política parlamentar e nas campanhas eleitorais. A crise na representação política não significaria necessariamente uma crise partidária. Nas campanhas eleitorais, os partidos se tornaram mais dinâmicos, afastando-se do modelo de filiação em massa com membros e ativistas de base do partido para dar lugar aos líderes partidários auxiliados por profissionais. Com a erosão da fidelidade partidária, os partidos além de ativos, tornaram-se criativos, rastreando o interesse dos eleitores ao longo do tempo e adaptando-se às mudanças de interesse do eleitorado. A democracia de partido, caracterizada pela fidelidade duradoura de seus membros, dá lugar à democracia de público em que os partidos buscam ativamente o apoio dos eleitores a cada votação, adequando seus temas de campanha a interesses variáveis dos eleitores, e reconfigurando o seu público-alvo (MANIN, 2013).

A crise da democracia é associada à crise dos partidos políticos. Os partidos, além de organizações, são também instituições em que a mudança (*rebranding* ou *refundação*) é um processo complexo e laborioso (PIERSON, 2004; PERES, 2008). Essas modificações levantam dúvidas: os partidos que trocaram de nome fizeram mesmo uma mudança institucional (uma *refundação*) com reforma de estatuto, novas formas de comunicação com a sociedade, novas propostas ou como já mencionado no trabalho de Azevedo e Caldas (2017) seria apenas uma forma de engodo marqueteiro e mudança de fachada.

3. Partidos Políticos, Instituições e a dificuldade de mudanças

A fim de avançar na discussão trouxemos alguns conceitos de partidos políticos e instituições. Bonavides (2003) sintetiza o partido político como uma “organização de pessoas que inspiradas por ideias ou movidas por interesses, buscam tomar o poder, normalmente por meios legais, e nele conservar-se para realização dos fins propagados” (p.346), além de elencar alguns dados na composição dos partidos como: grupo social, princípio de organização, acervo de ideias e princípios, interesse de tomar o poder e um sistema de conservação desse poder. Braga e Roeder (2017) também corroboram com o conceito e dizem que as organizações partidárias são agrupamentos de elites com algumas ideias gerais nem sempre em conformidade com a opinião pública. O conceito é bem amplo entre os que se propõem a discuti-lo. Para Schumpeter (1961) é um grupo cujos membros se propõem a agir de comum acordo na luta de concorrência pelo poder político. Burke (1942) define partido como um corpo de homens unidos para promoção por seus empreendimentos conjuntos de interesse nacional. Dows (1957) entende como uma coligação de homens que busca controlar o aparelho governamental por meios legais e entende como aparato governamental o equipamento físico, legal e institucional que o governo utiliza. Dentre outras definições, há a de Aldrich (1995) que analisa os partidos como coalizões de elites para capturar e usar os cargos políticos e vai além, ao entender o partido como uma coalização institucionalizada, que adotou regras, normas e procedimentos.

A partir das múltiplas definições de partidos supracitadas, insta trazer algumas definições de instituições trazidas por Lima e Mörschmãcher (2016):

como os procedimentos, protocolos, normas e convenções oficiais e oficiosas inerentes à estrutura organizacional da comunidade política ou da economia política. {...} Em geral, esses teóricos têm a tendência a associar as instituições às organizações e às regras ou convenções editadas pelas organizações formais (HALL; TAYLOR, 2003 *apud* LIMA; MÖRSCHMÄCHER, 2016 p. 107)

blocos construtivos da ordem social: elas representam as expectativas sancionadas, isto é, coletivamente aplicadas com respeito ao comportamento de categorias específicas de atores ou à performance de certas atividades. (THELEN, STREECK, 2005 *apud* LIMA; MÖRSCHMÄCHER, 2016 p. 107).

Arranjo institucional: consiste em uma estrutura política que especifica o modo como desenvolvemos e agregamos escolhas políticas, na estrutura

de direitos de propriedade que define as atividades formais, e na estrutura social – normas e convenções – que define os incentivos informais na economia. O quadro institucional reflete as crenças acumuladas de uma sociedade ao longo do tempo, e a mudança no quadro institucional é geralmente um processo incremental, que reflete os constrangimentos que o passado impõe no presente e no futuro (NORTH, 2005 *apud* LIMA; MÖRSCHMÄCHER, 2016 p. 108).

Diante do exposto, a existência das instituições funciona como amálgamas de crenças e normas sociais, reduzindo as incertezas que permeiam a vida social, política e econômica. E alterá-las é um processo complexo, uma vez que envolve mudanças de práticas já cristalizadas na sociedade e daqueles que se beneficiam diretamente delas, além de que a criação de uma nova instituição é um processo laborioso, arriscado e geralmente indesejado pelos atores (LIMA, MÖRSCHMÄCHER, 2017). A mudança institucional, embora difícil, é possível de forma exógena (estruturas das instituições e do ambiente institucional e endógena (artificialidade das instituições e sujeita a conflitos de poder e de interesses entre os agentes envolvidos). A mudança pode ocorrer por deslocamento (ascensão lenta de instituições subordinadas perante as dominantes); estratificação (adição de novos elementos institucionais às instituições existentes); deriva (negligência da manutenção institucional mesmo diante de mudanças ambientais, levando ao deslizamento da instituição); conversão (reajuste de uma velha instituição para novas funções) e exaustão: (falência gradual da instituição).

Os partidos brasileiros sempre estiveram envoltos em críticas desde a formação e consolidação ainda na década de 1980. As críticas estão relacionadas à fragilidade das legendas, à baixa inserção social, à dificuldade da institucionalização dos partidos e apontamentos sobre o afastamento dos partidos da sociedade. Tais fatos corroboram para uma visão pessimista em relação aos partidos, de modo que os eleitores desconhecem as lideranças políticas, nutrem aversão às legendas e não se identificam com os partidos. (MAYER, 2018; BRAGA, PIMENTEL 2011). A falta de identificação partidária reflete na baixa participação do processo eleitoral. Essa baixa participação já foi objeto de análise de Dalton, McAllister e Wattenberg (2003) que veem novas formas de ação política em que as eleições dão lugar às petições, protestos e manifestações. E longe de resistirem, os partidos têm procurado adaptarem-se às novas tendências. Braga, Rocha e Carlomagno (2015) já

apontavam a presença dos partidos na Internet como forma de aproximação e mobilização política, ainda que alguns não utilizassem de forma assertiva as plataformas. Braga e Roeder (2017) sinalizam que apesar do papel central nas eleições dos partidos em recrutarem e selecionarem candidatos, o número de filiados tem decrescido ao passo que outros grupos reivindicam a representação política.

Devido à fragmentação partidária e a um conjunto complexo de regras eleitorais, há uma dificuldade do eleitorado em vincular os personagens políticos aos seus partidos, visto que o “baixo índice de identificação partidária é uma consequência de uma situação de informação limitada sobre os partidos [...] que combina baixo nível educacional e alta complexidade eleitoral” conforme demonstrado por Kinzo (2005). Tais fatores dificultam a criação de uma identidade partidária. Com o multipartidarismo em vigor, há registrados no TSE 31 partidos, além de dezenas na fila de espera⁴.

Os partidos sempre sofreram por falta de institucionalização com programas e plataformas vagos, sendo caracterizados pelo clientelismo e por figuras carismáticas. Os chamados “partidos pega tudo” (catch-all) nunca foram exemplos de participação política cidadã e essa percepção se agravou com a mídia de massa. Perante os olhos da sociedade, mantiveram-se frágeis e não conseguiram agregar e articular as demandas da sociedade, ocasionando, assim, desgaste e perda da credibilidade. É comum por parte dos brasileiros um sentimento apático referente à participação em um partido político, visto que é algo enraizado em um legado de desconfiança de que os partidos sejam capazes de mediar os interesses da sociedade devido à reprodução da classe política e de sua perpetuação junto ao Estado (BARQUERO, CASTRO, RANINCHESKI, 2016). Essa visão, de acordo com Ribeiro (2014), pode ser enquadrada como reformista e demonstra fragilidade do sistema partidário, baixa fidelidade dos partidos, dificuldade em formar bancadas majoritárias, privilegiando a troca de favores entre Executivo e parlamentares. Lamounier (2005). Contudo, há uma outra visão defendida por Figueiredo e Limongi

⁴ O número de partidos refere-se à última consulta realizada no TSE em 21 de março de 2023.

(1995) que aponta uma elevada disciplina partidária na votação do Congresso e de acordo com Braga (2006) há um caminho para institucionalização e não desagregação.

A partir da compreensão dos partidos como instituições, apontamos a dificuldade de ocorrer uma mudança institucional, embora seja possível, não é algo habitual. Por isso, o *rebranding* soa mais como uma mudança visual aliada a uma estratégia de marketing do que uma refundação propriamente dita. Assim, o reposicionamento está ligado à mudança de interesse do eleitorado e uma forma criativa (MANIN, 2013) elaborada pelos partidos para atrair a atenção dos eleitores.

4. Análise dos Partidos

Com base na mudança das identidades visuais e alterações estatutárias/programáticas dos partidos, como na Figura 1, serão analisadas mudanças que ocasionaram o *rebranding*.

Antes	LOGO PARTIDOS	Depois	Antes	LOGO PARTIDOS	Depois
	→			→	
	→				
	→			→	
	→			→	
	→			→	

Antes	LOGOS	Depois	Atual
	→		
	→		

Figura 1 – Logo dos Partidos⁵
Fonte: Autores

⁵ A Figura trás o que seria o rebranding do PMB35, mas o TSE não autorizou a mudança.

4.1. PMDB/MDB

Benevides (1986) deixava claro que o PMDB não era sinônimo do MDB, visto que esse era mais que um partido político, mas um movimento, uma bandeira de luta, passando de oposição consentida para o partido da sociedade. Devido à reforma partidária de 1979, além do fim do bipartidarismo, o “P” foi acrescido e o partido torna-se PMDB. Entretanto, o acréscimo veio somente ao nome, já que dele saíram outros partidos políticos e oposição foi dividida.

Em 15 de maio de 2018, o TSE aprovou a mudança de nome do PDMB, e o partido foi rebatizado com seu nome de origem: MDB. Não houve alteração visual, apenas a retirada da letra P da logo. No site do TSE, estão registrados oito estatutos e suas respectivas alterações (1996, 2007, 2009, 2013, 2015, 2017, 2018, 2022) (MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO, 2023). Em consulta aos estatutos de 1996 e, a mudança mais significativa está relacionada ao próprio nome, que além de MDB, também poderá utilizar as formas abreviadas: Movimento e Move. O programa doutrinário passou por alteração, mas nada de profunda mudança. Diferentemente de outros partidos que apelam para a modernização, a mudança do MDB é mais uma tentativa de volta ao passado para resgatar o seu primeiro nome. Esse reposicionamento é criticado por Lamounier (2017), que considera mais um truque eleitoral e que não altera a essência clientelista, fisiológica e corrupta do partido (BEDINELLI; BENITES, 2017).

4.2. PPS/CIDADANIA

O partido Cidadania, embora novo, é centenário na política brasileira por conta de suas raízes. Bem antes de ser PPS, ele nasceu como PCB (Partido Comunista Brasileiro) em 1922. De acordo com as informações coletadas no portal do antigo partido, ao ser fundando, o partido seguia o Movimento Comunista que tinha como objetivo a organização política do proletariado. “O partido da classe operária é organizado com o objetivo de conquistar o poder político pelo proletariado e pela transformação política e econômica da sociedade (PPS, 2013)” A mudança de nome para PPS, conforme diz o PCB, foi realizada com a participação de delegados não

pertencentes ao PCB, motivo pelo qual os “verdadeiros comunistas” organizaram um novo partido e refundaram o Partido Comunista do Brasil (PCB, 2013). É interessante é que ambos os partidos se consideram centenários e comemoram aniversário na mesma data.

Em setembro de 2019, o então PPS ganhava nome novo. O deputado Rubens Bueno reconheceu que a troca se devia ao desgaste natural dos partidos, tanto no Brasil como no mundo, e que a troca também atendia os movimentos de renovação política que vieram para o partido (PPS APROVA MUDANÇA..., 2019), além do nome socialista não mais representar as ideias defendidas pelo atual partido. Criado em 1992, o Partido Progressista Socialista fora fruto de um primeiro *rebranding*– ao deixar de usar o nome PCB –, que mais tarde foi recriado pelo grupo que discordou da mudança. O Cidadania, além da troca do nome, fez uma mudança ideológica acenando um posicionamento ideológico mais ao centro (MARCHI, 2020). Aqui temos um caso de negação da origem. O então PPS evocava o seu passado comunista em seu logo, visto que as cores vermelha e amarela remetiam ao símbolo da foice e do martelo – símbolos altamente rejeitados na campanha de 2018.

Em entrevista, ao Diário do Poder, o líder do Cidadania na Câmara, deputado federal Daniel Coelho admite que o partido passou por uma reorientação ideológica e que o partido passou a defender as chamadas reformas estruturantes do Estado como a trabalhista e a da Previdência, além do partido abrir as portas para movimentos de Renovação como o Agora, o Renova, o Acredito e o Livres (que saiu do PSL quando o este admitiu a entrada de Jair Bolsonaro para disputar a presidência), que possuem um viés mais liberal. O deputado definiu que houve uma junção dos movimentos da sociedade com o PPS e não há vergonha nenhuma do PPS como há em outros partidos que precisam trocar de nome. Ele admitiu que a experiência socialista não deu certo, mas o partido sempre foi marcado pela ética e combate à corrupção. O deputado afirmou que a preocupação social, com o meio ambiente e com os direitos individuais não mudou, mas defendeu a necessidade de uma economia de mercado e uma intervenção menor na vida das pessoas e por isso era necessário um posicionamento mais nítido para a sociedade (GARCIA, 2019).

Ao ser rebatizado, o Cidadania abandona três nomenclaturas desgastadas: partido, progressista e socialista. Abandona a cor vermelha de sua bandeira e adota a combinação do azul fúcsia, piscina e magenta. A escolha dessas cores é justificada por passarem modernidade, serenidade e estarem em conformidade com as tendências do marketing digital. Já em seu novo estatuto (oitavo desde 1999 registrado no site), não mais conta termos como sociedade socialista – que é substituída por sociedade civil e seus movimentos – muito menos a declaração de ser humanista e socialista com resgate à melhor tradição do pensamento marxista.

4.3. PR/PL

O Partido da República nasceu da fusão do PRONA com o já existente PL e reuniam dois puxadores de voto: Eneas Carneiro e Tiririca. O PR foi uma tentativa de driblar a cláusula de barreira e depois de formado, o STF derrubou a exigência, julgando-a inconstitucional (QUESSADA, FERREIRA JR, 2017). Antes, contudo, o partido já havia feito a fusão com duas outras agremiações: PGT (Partido Geral dos Trabalhadores) e PST (Partido Social Trabalhista). Em abril de 2019, o Partido da República aproveitou a onda dos partidos liberais e trocou de nome. Aprovada a mudança pelo TSE, a agremiação mudou para Partido Liberal, retornando ao seu antigo nome de 1985, que por sinal lembra o Partido Social Liberal (QUESSADA, PISA). Em maio de 2019, o TSE aprovava mais um *rebranding* e o partido voltara à denominação PL (TSE, 2019).

Em relação. Houve duas alterações na identidade visual. A primeira foi a remoção da cor vermelha, que é historicamente associada à esquerda. A identidade, após a filiação do então presidente Jair Bolsonaro, optou-se pelo azul monocromático e se manteve ao longo da campanha do presidencial. Com o término da eleição, o partido remodelou a marca com as cores da pátria. De acordo com o Manual da Marca do Partido, a inspiração ocorreu do “recorte da bandeira do Brasil estilizada. O verde e o amarelo da bandeira nacional, agora se destacam na imensidão azul que remete à história do partido” (PL, 2023, p. 4). O nacionalismo fica evidente ao usar um recorte da bandeira nacional e usar as mesmas cores para a identidade visual. Já em referência ao estatuto, não houve alteração significativa,

uma vez que o programa partidário não se encontra nele. As diretrizes programáticas são encontradas tanto no manifesto do partido como em seu programa partidário que destoam do bolsonarismo. A defesa da família continua, mas não há o termo “tradicional”.

4.4. PP/Progressistas

A origem do hoje “Progressistas” tem a sua raiz embrionária no antigo Arena, criado em 1966 pelo bipartidarismo. Almeida (2004) explica que após o fim do bipartidarismo, a maior parte fundou o PDS. Na mesma época, surgia o PP (Partido Progressista), que não disputou a eleição. Em 1993, o partido ligado a Paulo Maluf oficializa a fusão com o PDC, resultando no PPR. Posteriormente, o partido se funde com PP (resultado também de uma fusão do PTR e PST) e é rebatizado de PPB (ALMEIDA, 2004). Em 2003, o partido retira B e volta a chamar PP (embora diferente do PP original). Ribeiro (2014) aponta que a mudança de nome não é nova no partido e já fora utilizada a fim de sair de crise e resolver problemas na legenda. Por fim, ocorre o último *rebranding* do partido que é rebatizado de Progressistas, em 2017, mas mantém a sigla PP, conforme consta no Estatuto. Em entrevista à VEJA, a então senadora Ana Amélia justifica a troca para evitar a sonoridade semelhante ao PT, que muitas vezes o partido era confundido (SPERB, 2017).

Ao analisar a nova identidade visual do partido, nota-se que além da sonoridade, a diferenciação do PT também ocorreu na cor. Desde o tempo do PPB, o partido carregava o vermelho e azul. Na última atualização como Partido Progressista, o vermelho se manteve apenas na nomenclatura “partido”. Feito o último *rebranding*, ficou apenas o azul. No manual da marca, há a seguinte justificativa: “O ícone é formado pela letra ‘P’ estilizada e o número do partido. A transparência do design remete à transparência que desejamos em nossa relação com a sociedade. A cor azul é o elemento de ligação com a antiga marca do Partido Progressista” (PROGRESSISTAS, 2023, p. 4). O estatuto do partido não traz as doutrinas, mas elas podem ser encontradas no programa partidário que é bem genérico na defesa dos ideais. O que mais se aproxima para identificá-lo como um partido de direita é o item IV, ao defender um sistema de mercado que favoreça as

regras de mercado. Já as outras doutrinas também são defendidas pelos partidos de esquerda.

4.5. PEN/PATRIOTA

O Patriota é um partido que tenta se adequar à figura do presidencial, não importando a ideologia defendida, conforme apontam Quessada e Pisa (2020, p.215):

Embora reivindicasse uma bandeira ecológica, o PEN (Partido Ecológico Nacional) sempre tentou atrair possíveis presidenciais, mas sempre sem sucesso. Quando a Rede Sustentabilidade teve o primeiro pedido indeferido, o presidente do partido ofereceu a legenda para ex-senadora Marina Silva e propôs até trocar o nome do partido para Rede Sustentabilidade¹⁴. Anos mais tarde, o partido tentou atrair o então presidencial Jair Bolsonaro e por isso mudou o nome para Patriota, mas debalde foi a tentativa, já que Bolsonaro optou pelo PSL. Passadas as eleições, o partido se fundiu ao PRP (Partido Republicano Progressista)[...]Aqui é um exemplo clássico de *rebranding* tendo como motivação a fusão de marcas. A mudança de ecológico para um nome que remetesse à pátria mostra também que o *rebranding* partidário teve como objetivo mudar a bandeira defendida pela agremiação e também para se adaptar ao seu público. É nítido aqui o interesse do partido em figuras presidenciais, não importando a ideologia, uma vez que já fez convites para figuras tão díspares da política brasileira como Marina Silva e Jair Bolsonaro. Para a primeira havia proposto a mudança do nome para a agremiação que a ex-senadora tentara formar. Já para o segundo, a mudança foi realizada antes do aceite, que nunca ocorreu.

Dos partidos analisados, o Patriota é que um fez um *rebranding* com a maior mudança, tanto da identidade visual como do estatuto e propostas. Em seu primeiro estatuto (19/06/2012) a marca ecológica sempre foi muito forte, tendo como base os conceitos da Social Democracia Cristã com ações e projetos ligados à ecologia. Já em seu estatuto de 2018, está claro que é um partido conservador, a ponto de identificar os seus filiados como conservadores ou patriotas. Diz o art. 3º:

O PATRIOTA (PATRI) exige de todos os seus filiados o compromisso de defesa dos pontos abaixo indicados, sob pena de declaração de infidelidade partidária, com todas as consequências legais e estatutárias aplicáveis: I – defesa incondicional da democracia; II – proteção à vida e combate à legalização do aborto; III – combate à legalização das drogas; IV – valorização da família tradicional e combate à apologia da ideologia de gênero nas escolas, respeitando-se o direito individual de cada cidadão quanto à sua vida privada e opção sexual; V – promoção de educação pública e privada de qualidade, sem quaisquer ideologias, com foco em ensino científico e técnico, e que valorize a disciplina e o ensino cívico; VI – liberdade de expressão e de imprensa; VII – promoção de governo fiscalmente responsável e desburocratizado; VIII – promoção de economia

livre e baseada no direito de propriedade privada; IX – prioridade à segurança pública e nacional; X – apoiar agricultura e o agronegócio; XI – apoiar a industrialização de matérias primas no país; XII - promoção das demais diretrizes constantes no programa partidário do PATRIOTA (PATRI). (PATRIOTA, 2018, p. 1).

Percebe-se que na fase que em flertava com o bolsonarismo, identificava-se como um partido conservador e combatia pautas como a legalização do aborto, valorização do ensino cívico, contra a ideologia de gênero e respeito à “opção”(sendo o termo correto “orientação”) sexual, além da valorização da família tradicional. Em seu último estatuto, ele se identifica como um partido de centro e que poderá ser reconhecido como o Partido da Sustentabilidade, além do artigo 3º ser repaginado e não mais constar termos como ideologia de gênero, legalização do aborto e apenas a valorização da família, sem o termo tradicional junto.

A identidade visual do antigo PEN era composta por um trevo de quatro folhas verde e ainda conta com as outras cores da bandeira nacional: branco, azul e amarelo. Ao tornar-se Patriota, as cores da bandeira foram mantidas em uma alusão bem mais clara ao nacionalismo, além da seguinte inscrição: Brasil Acima de Todos. Junto havia parte da bandeira nacional. Após filiação do senador Flávio Bolsonaro, o então presidente do partido Adilson Barroso foi afastado da presidência e o partido passa por uma nova identidade visual que corresponde também ao último estatuto do partido (2021). O novo logotipo é formado pela Palavra PATRIOTA em caixa alta na cor verde e na letra “O” há uma variação da bandeira do Brasil. Em relação ao anterior, ficou bem menos chamativo.

4.6. PRB/Republicanos

O Republicanos apresenta-se como o verdadeiro partido conservador e nas últimas eleições apoiou Jair Bolsonaro. Entretanto no tempo em que chamava PRB, ocupou a vice-presidência da república ao lado de Lula, além de compor o ministério da presidente Dilma Rousseff. A trajetória do partido é descrito no próprio site (REPUBLICANOS, 2023). Começou em agosto de 2005 como nome de Partido Municipalista Renovador. Dois meses depois, foi rebatizado de Partido Republicano Brasileiro (PRB), até passar por um novo *rebranding* em agosto de 2019 e ganhar o nome de Republicanos. Tanto no estatuto do PRB como do Republicanos, não há

menção de programa, apenas o rito de direitos, deveres, processo eleitoral. A linha ideológica do partido é manifestada no programa do partido. Enquanto se chamava PRB, havia princípios genéricos que combatia todo tipo de discriminação, proteção aos segmentos frágeis da sociedade. A vantagem desse tipo de programa é que por ser genérico facilita alianças, sem comprometer a identidade ideológica. Já como Republicanos, a linha adotada ficou bem mais visível: “somos um movimento político conservador, fundamentado nos valores cristãos, tendo a família como alicerce da sociedade, preservando a soberania nacional, a livre iniciativa e a liberdade econômica” (REPUBLICANOS, 2019). Ao longo do manifesto, há vários itens que promovem essa guinda ao conservadorismo: meritocracia nas relações de trabalho, apoio ao casamento tradicional, defesa da vida desde a sua concepção, educação básica não-ideológica, cobrança nas universidades públicas, revisão do código penal.

A comunicação da identidade visual também privilegiou o azul. A anterior fazia uso do verde, azul e amarelo, além do número da sigla: 10. A nova identidade apresenta uma árvore cujo caule é uma menina. A justificativa dado pelo partido é para que haja equilíbrio de gênero, uma vez que o nome está no masculino e pelo fato das mulheres serem maioria no Brasil. A estrela de seis pontas evoca a lembrança do primeiro nome: PRB. A criança conecta com céu (futuro, desenvolvimento) e com a raiz (conservadorismo). A nova marca é mais atrativa e suaviza o nome do partido ao retirar as letras maiúsculas. Embora reivindique o título de verdadeiro partido conservador, o fato de fazer *rebranding* não elimina a história do partido que dividiu com o PT a presidência do Brasil. Esse é um caso típico de *rebranding* que muda para captar os anseios da opinião pública.

5. Considerações Finais

Há uma crise nos partidos políticos (MENEGUELLO, 2003; BARQUERO, 2000; BRAGA, PIMENTEL, 2011), mas ela não se resolve apenas mudando a nomenclatura. Alterar uma instituição não é tarefa fácil, uma vez que a criação de uma instituição é um processo laborioso (STREECK; THELEN, 2005; PIERSON, 2004; PERES, 2008). Por isso, a mudança de caráter externo (identidade visual) e é

mais simples. A interna (estatuto, manifesto, programa) apenas adequou o discurso ao seu público, em especial os partidos Republicanos e Patriota, que se mostraram mais conservadores que o próprio PL.

O *rebranding* é algo típico de partidos de direita e fica mais restrito ao aspecto visual sem provocar alterações profundas no estatuto e na ideologia partidária. A comunicação partidária dialogou com o eleitor mais à direita do espectro político. A reformulação visual de partidos brasileiros também tem uma característica ideológica. Ela é usada como estratégia de reposicionamento junto ao público, principalmente, entre partidos mais à direita na escala ideológica. Os partidos suavizaram as cores dos logos e transmitiram um caráter mais jovial. Quando comparadas às anteriores, as logos atuais diminuíram o uso das cores e enfatizaram mais o novo nome da agremiação. Dos que fizeram o *rebranding*, nenhum está atualmente alinhado à esquerda. O novo posicionamento enfatizou, por meio das cores e discurso, que eles estão mais ligados ao centro e à direita brasileira. Palavras relacionadas ao social ou ao trabalho foram retiradas. Logo, termos como trabalhista, socialista, social e ecológico foram banidos dos novos nomes com o objetivo de não serem associados a partidos de esquerda.

O partido existe para representar um segmento e, como tal, se o segmento não muda, não tem motivo para ele mudar. Se ele muda, ainda que seja a aparência, ou ele perdeu capacidade de representação de seu próprio segmento, que pode ser por mais competência dos concorrentes, ou o segmento que ele representa perdeu relevância.

Referências

ALMEIDA, L. C. **PPB**: origem e trajetória de um partido de direita no Brasil. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

ALDRICH, J.H. **Why Parties?** The origin and Transformation of Political Parties in America. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

AZEVEDO JUNIOR, A.; CALDAS, A. As aparências enganam: o rebranding (?) dos partidos políticos. *In*: IX Encontro de Pesquisa em Comunicação, VI Encontro da Rede Latino-Americana de Pesquisadores da Publicidade e II Consumo do Sul: Encontro de Consumos e Modos de Vida da Região Sul. AZEVEDO JUNIOR, A.; TEIXEIRA FILHO, C; CAMARGO, H. CRESTO, L. (orgs.). **Anais** [...]. Curitiba, Syntagma Editores, 2017.

BAQUERO, M. Cultura política e processo eleitoral no Brasil: o que há de novo? **Em Debate**: v.2, n.7, jul. 2010.

BARQUERO, M.; CASTRO, H. C.; RANINCHESKI, S. (Des)confiança nas instituições e partidos políticos na constituição de uma democracia inercial no Brasil: o caso das eleições de 2014. **Política e Sociedade**. v.15, n. 32, 2016. Disponível em: <https://cutt.ly/vhJ3MMZ> . Acesso em: 17 jun. 2022.

BEDINELLI, T; BENITES, A. PMDB volta a se chamar MDB: retorno ao passado para aplacar crise de imagem. **El País Brasil**. 19 de dezembro de 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/19/politica/1513695154_142381.html. Acesso em: 20 mar. 2023.

BENEVIDES, M.V..*Ai que saudade do MDB*.**Lua Nova**. v. 3, n. 1, jun. 1986.

BONAVIDES, Paulo. **Ciência Política**. São Paulo: Malheiros, 2003.

BRAGA, M. do S. **O processo partido-eleitoral brasileiro**: padrões de competição política (1982-2002). São Paulo: Humanitas, 2006.

BRAGA, M DO S. S.; PIMENTEL JR., J. Os partidos políticos brasileiros realmente não importam? **Opinião Pública**, Campinas, nov. 2011, v. 17, n. 2. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/op/v17n2/a01v17n2.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2022

BRAGA, S. ; ROCHA, L. C.; CARLOMAGNO, M. C. 2015. A internet e os partidos brasileiros. **Cadernos Adenauer**. São Paulo, v. XVI, p. 47-74.

BRAGA, S.; ROEDER, K. **Partidos Políticos e Sistemas Partidários**. Curitiba: Intersaberes, 2017.

BRASIL. **Lei nº 6.767, de 20 de setembro de 1979**. Modifica dispositivos da Lei nº 5.682, de 21 de julho de 1971 (Lei Orgânica dos Partidos Políticos), nos termos do artigo 152 da Constituição, alterado pela Emenda Constitucional nº 11, de 1978; dispõe sobre preceitos do Decreto-lei nº 1.541, de 14 de abril de 1977, e dá outras providências. Disponível em:https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1970-1979/l6767.htm. Acesso em 28 fev 2023.

BRASIL. **Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995**. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9096.htm. Acesso em 28 fev 2023.

BURKE, E. **Textos políticos**. México, Fondo de Cultura Económica 1942

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. 3ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 530p. (A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura ; v.2).

CASTELLS, M. **Ruptura**: A crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

DALTON, J. R; McALLISTER, I; WATTENBERG, M. Democracia e identificação partidária nas sociedades industriais avançadas. **Análise Social**: Revista do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, Lisboa, v. 38, n. 167, 2003.

DOWNS, A. **An economic theory of democracy**. New York: Harper & Row, 1957.

FIGUEIREDO, A; LIMONGI, F. Partidos Políticos na Câmara dos Deputados: 1989-1994. Rio de Janeiro, **Dados**, vol. 38, nº3. 1995

GARCIA, Gabriel. PPS reconhece fracasso do socialismo e muda de nome para Cidadania - Diário do Poder. **Diário do Poder**. 30 de maio de 2019. Disponível em: <https://diariodopoder.com.br/politica/pps-reconhece-o-fracasso-do-socialismo-e-muda-para-cidadania>. Acesso em: 20 mar. 2023.

KINZO, M. Os partidos no eleitorado: percepções públicas e laços partidários no Brasil. **RBCS**, v. 20, n. 57, fev. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbcso/v20n57/a05v2057.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2022.

Lamounier, B. Da Independência a Lula: dois séculos de política brasileira. São Paulo: Augurium. 2005.

_____. B. PMDB volta a se chamar MDB: retorno ao passado para aplacar crise de imagem. Entrevista concedida a Talita Bedinelli e Afonso Benites. *El País*. 2017

LIMA, E.; MÖRSCHBÄCHER, M. Contribuições e desafios do institucionalismo histórico na Ciência Política contemporânea. **BIB**, n. 81, 2016. Disponível em: <https://bibanpocs.emnuvens.com.br/revista/article/view/417>. Acesso em: 19 mar. 2023.

MANIN, B. A democracia do público reconsiderada. **Novos estudos CEBRAP**, n. 97, 2013.

MANIN, B. As metamorfoses do governo representativo. **RBCS**, v. 10, n. 29, 1995.

MARCHI, C. Freire elogia texto de Marchi que reafirma valores democráticos do PCB, hoje Cidadania. **Cidadania23**. 25 de novembro de 2020. Disponível em: <https://cidadania23.org.br/2020/11/25/freire-elogia-texto-de-marchi-que-reafirma-valores-democraticos-do-pcb-hoje-cidadania/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

MENEGUELLO, R. Eleitorado e reforma. In: BENEVIDES, M. V.; KERCHE, F.; VANNUCHI, P. (Org.). **Reforma Política e Cidadania**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003. p. 346-351

MEYER, R. **Partidos Políticos no Brasil**: do Império à Nova República. Curitiba: Intersaberes, 2018.

MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO. Justiça Eleitoral. **TSE**. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/partidos/partidos-registrados-no-tse/movimento-democratico-brasileiro>. Acesso em: 20 mar. 2023.

PATRIOTA. Estatuto do Patriota. Reforma Estatutária Aprovada na Convenção Nacional do PATRIOTA de 24/03/2018. **Patriota**. Barrinha, 24 de março de 2018. Disponível em: https://www.patriota51.org.br/wp-content/uploads/doc/Estatuto_Patriota51.pdf. Acesso em: 20 mar. 2023.

PCB. PPS, PARTIDO DA DIREITA BRASILEIRA. **PCB** - Partido Comunista Brasileiro. 1 de julho de 2013. Disponível em: <https://pcb.org.br/portal2/5041>. Acesso em: 20 mar. 2023.

PERES, P. 2008. Comportamento ou instituições? A evolução histórica do neo-institucionalismo da ciência política. **RBCS**, v. 23, n. 68. Out. 2008.

PIERSON, P. **Politics in time**: History, Institutions, and Social Analysis. Princeton: Princeton University Press, 2004.

PL. Partido Liberal MANUAL DA MARCA CONCEITO, USO E APLICAÇÃO. **PL**. Disponível em: <https://partidoliberal.org.br/wp-content/uploads/2023/03/manual-da-marca-pl-2023.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2023.

PPS APROVA MUDANÇA DE NOME E VAI SE CHAMAR CIDADANIA. **Jornal do Comércio**. 23 de março de 2019. Disponível em: https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/politica/2019/03/675942-pps-aprova-mudanca-de-nome-e-vai-se-chamar-cidadania.html. Acesso em: 09 dez. 2020.

PROGRESSISTAS. MANUAL DA MARCA PROGRESSISTAS - conceito, uso e aplicações. **Progressistas**. Disponível em: <https://progressistas.org.br/website2020/wp-content/uploads/2020/12/Manual-Progressistas-Azul.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2023.

PRZERWORSKI, A. **Crises da Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

PRZEWORSKI, A; STOKES, S.; MANIN, B (eds.). **Democracy, accountability, and representation**. New York: Cambridge University Press, 1999.

QUESSADA, M.; FERREIRA JUNIOR, A. B. A dualidade da máscara do palhaço: o preconceito escondido e a farsa ocultada. In: 2º CONEC : Interação e Mídiação, 2017. **Anais [...]**. Poços de Caldas, 2017.

QUESSADA, M.; PISA, L. F. .Rebranding Político: a Mudança nas Siglas Partidárias e o Desempenho Eleitoral. *In*: AZEVEDO JUNIOR, A.; BERNARDI, K.; PANKE, L. (orgs.). **Eleições 2020**: Comunicação eleitoral na disputa para prefeituras. Campina Grande: EDUEPB, 2020.

REPUBLICANOS. Nossa história. **Republicanos10**. Disponível em: <https://republicanos10.org.br/nossa-historia/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

REPUBLICANOS. Sobre o Partido - Manifesto Republicanos – 2019. **Republicanos 10 SP Capital**. 2019. Disponível em: <https://republicanos10capital.org.br/conheca/sobre-o-partido/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

RIBEIRO, R. L. M. Decadência longe do poder: refundação e crise do PFL. **Rev. Sociol. Polít.** v. 22, n. 49, mar. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rsocp/v22n49/02.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2023.

SCHUMPETER, J. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro. Fundo de Cultura, 1961.

SPERB, P. Progressistas: “Sonoridade de PP é a mesma de PT”, diz Ana Amélia. **VEJA**. 03 de novembro de 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/rio-grande-do-sul/progressistas-sonoridade-de-pp-e-a-mesma-de-pt-diz-ana-amelia/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

STREECK, W.; THELEN, K. Introduction: Institutional Change in Advanced Political Economies. *In*: STREECK, W.; THELEN, K (eds). **Beyond Continuity**: Institutional Change in Advanced Political Economies. Oxford: Oxford University Press, 2005.

TSE. Aprovada alteração do nome do Partido da República (PR) para Partido Liberal (PL). Justiça Eleitoral. **TSE**. 07 de maio de 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2019/Maio/aprovada-alteracao-do-nome-do-partido-da-republica-pr-para-partido-liberal-pl>. Acesso em: 20 mar. 2023.