



Seminário Temático 11 - Democracia, Comunicação Política e Eleições

Debates Presidenciais: As estratégias de Lula e Alckmin em 2006.

Nelson Rosário de Souza (UFPR)

Luciana Fernandes Veiga (UFPR/ DOXA)

Emerson Urizzi Cervi (UEPG)

Sandra Avi dos Santos (UFPR)

**31º Encontro Anual da ANPOCS,
22 a 26 de outubro de 2007 –
CAXAMBU – MG.**

Debates Presidenciais: As estratégias de Lula e Alckmin em 2006.

Resumo: A atenção que candidatos e mídia conferem aos debates eleitorais denotam a importância desse momento nas campanhas políticas. A alta visibilidade dos debates durante as eleições, especialmente as presidenciais, entretanto, ainda despertam pouco interesse nos pesquisadores no Brasil. Esse artigo analisa os debates presidenciais de TV realizados na disputa entre Luiz Inácio Lula da Silva e Geraldo Alckmin no segundo turno das eleições de 2006¹. A partir de uma análise de conteúdo busca-se responder às perguntas: 1) Existiu diferença de estratégia entre os candidatos?; 2) Quais estratégias foram mais usadas pelo candidato mandatário (Lula) e pelo candidato desafiante (Alckmin)? 3) Como os discursos dos candidatos foram estruturados? O ensaio deve ser visto ainda como um esforço metodológico a fim de introduzir a questão na agenda de pesquisa em Comunicação Política do país.

1 - Introdução:

O debate presidencial na televisão vem ganhando cada vez mais centralidade nas sociedades democráticas. A verdade é que o encontro tem características de espetáculo, para o qual se faz uma grande produção, expectativas são fomentadas junto aos jornalistas e formadores de opinião e a mídia realiza uma cobertura diferenciada que costuma se estender por alguns dias.

O processamento da cobertura pelo eleitor, também é singular quanto à amplitude. É claro que tal repercussão é possível apenas porque os eleitores gostam do debate, que é visto como a hora da verdade, em que os candidatos se enfrentam cara-a-cara, ao vivo, com marqueteiros à distância e sem truques de edição. O imprevisto dá o tom. Pesquisas de opinião apontam a preferência dos eleitores em relação a esses programas de TV, tidos como mais informativos do que o Horário Eleitoral, por exemplo. Em que pese muitos analistas considerem que o formato do debate não favoreça a discussão aberta das propostas políticas, a grande maioria dos eleitores acredita que o programa ajuda na escolha do candidato².

A despeito da importância que a mídia e o eleitor conferem aos debates, pouco tem se estudado a seu respeito no Brasil. Lourenço (2004), iniciou o trabalho de recepção dos debates na eleição de 2002. Já em outros países verifica-se uma série de

¹ Os debates aconteceram em outubro de 2006: dia 8 na Bandeirantes, dia 19 no SBT, dia 24 na Record e dia 27 na Globo.

² De acordo com pesquisa Vox Populi divulgada no dia 11/10/2006, 79% dos eleitores acreditavam que os debates ajudavam na escolha do candidato, 12% acreditavam que não ajudavam e 8% achavam que nem ajudavam e nem atrapalhavam. As informações foram extraídas do site do Instituto.

estudos a respeito do tema. O esforço com o trabalho é de redução dessa lacuna nos estudos de Comunicação e Política brasileiros.

Estudar os debates na campanha de 2006 parece ainda mais instigante devido à celeuma que se criou a respeito dos mesmos. O cenário político que informa os debates desenhou-se ao final do primeiro turno das eleições. O candidato à reeleição não compareceu a qualquer debate do primeiro turno. Existia a expectativa de que ele participasse do encontro organizado pela TV Globo no dia 28 de setembro, o último antes da primeira consulta eleitoral. A ausência de Lula neste dia foi significativa. O seu não comparecimento nos debates anteriores não havia gerado qualquer problema. Afinal, era tido como natural que o petista, estando à frente nas pesquisas de intenção de voto, evitasse se expor. Assim fizera o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso na ocasião da sua reeleição em 1998. Especialistas e pessoas comuns entendiam tal comportamento.

No entanto, a situação nas últimas semanas do primeiro turno de 2006 trazia algumas particularidades. No dia 15 de setembro a Polícia Federal apreendeu num hotel de São Paulo cerca de R\$ 1,7 milhões com dois homens que tentavam comprar um dossiê contra o candidato ao governo do estado de São Paulo, José Serra (PSDB). A ocorrência foi virando um imbróglio no Partido dos Trabalhadores e logo a suspeita de envolvimento de militantes do partido do presidente da república e de pessoas ligadas ao governo estava na pauta do caso. O presidente nacional do partido chegou ser afastado da coordenação da campanha de reeleição de Lula, sob suspeita de conhecer a articulação para a compra do dossiê. Nesse momento, o PSDB apresentava-se com apenas uma pergunta: “De onde vieram os R\$1,7 milhões para a compra do dossiê fajuto?” Parecia o início de uma onda anti-Lula.

As acusações de corrupção sobre o dossiê resgatavam as denúncias do escândalo do mensalão presentes nas manchetes até pouco tempo antes do início da campanha. Elas ganhavam um tom de reincidência e havia uma cobrança da imprensa em relação a uma tomada de posição do presidente/candidato. A postura de Lula no episódio do mensalão havia ficado marcada pela famosa frase que ele teria dito: “eu não sei de nada.” A frase ganhou até um quadro no popular programa humorístico da TV Globo, ‘Zorra Total’.

Diante da situação, criou-se a expectativa de que o presidente se posicionaria em relação às novas denúncias no debate do dia 28 de setembro. A indecisão do Planalto alimentava tal leitura. Notícias veiculadas pela mídia no dia do debate indicavam que

Lula estaria propenso a ir ao encontro promovido pela TV Globo ao final do primeiro turno.

Para o senador Sérgio Guerra (PSDB), um dos coordenadores da campanha de Alckmin, Lula estava, naquele momento, “entre a cruz e a espada”. Se fosse, teria que explicar o escândalo do dossiê e se não fosse passaria “a imagem de fujão.” (Reuters, 28/09/2006).

O presidente Lula frustrou a expectativa dos eleitores. No Jornal Nacional do mesmo dia 28, o jornalista Willian Bonner anunciou o comunicado do presidente de que não participaria do debate promovido pela emissora. A sensação de ausência foi reforçada diante da decisão da emissora em manter o tempo de pergunta dos demais presidenciáveis ao candidato presidente. Nesses momentos, a câmera focava a cadeira vazia reservada para Lula. O presidente seguiu para o último comício em São Bernardo do Campo. Na mesma noite, começaram os rumores sobre o efeito da estratégia no resultado eleitoral. Para alguns jornalistas e formadores de opinião a onda anti-Lula teria sido impulsionada com a sua ausência no debate da Rede Globo.

Naquele momento havia um consenso de que a eleição de Lula ainda no primeiro turno poderia estar comprometida. O escândalo atingia a popularidade do candidato à reeleição. Conforme os dados do Vox Populi, divulgados no dia 30 de setembro³, de 2006, Lula aparecia com 46% da intenção de voto; Alckmin, 33%; Heloísa Helena, 7%; Cristóvam Buarque, 1%; Ana Maria Rangel, 1%; nenhum/branco/nulo correspondiam a 5% e não sabe e não resposta, 7%. Ou seja, o quadro era de indefinição. A curva de intenção de voto em Lula estava decrescendo, pois, na pesquisa divulgada no dia 19/9 pelo mesmo instituto, Lula tinha 51% de pretensão de voto contra 27% de Alckmin. Como já mencionamos a situação demandava prudência. Esse teria sido o motivo para a indecisão do presidente sobre a sua presença ou não no debate.

Como os eleitores teriam avaliado a ausência de Lula no debate? De acordo com pesquisa Vox Populi divulgada no dia 11 de outubro, 41% dos eleitores acreditavam que a ausência do presidente no encontro teria sido o principal motivo para que ele não vencesse as eleições no primeiro turno (ver tabela 1). Constata-se que esta leitura esteve mais presente na região Nordeste, que pode ser classificada como um reduto do presidente na disputa de 2006. Na região Sul, espaço onde Alckmin estava

³ Os dados foram coletados pelo Instituto nos dias 28 e 29/9. De novo, as informações foram extraídas do site da Vox Populi.

forte, não foi dada à ausência a mesma importância. Pode-se considerar que os eleitores de Lula aguardavam com grande expectativa sua participação no debate, desejo que foi frustrado. Neste sentido, sua participação poderia fornecer aos simpatizantes da sua candidatura os contra-argumentos necessários para manter a intenção de voto apesar do escândalo.

Tabela 1: Dentre estes, na sua opinião, qual foi o principal motivo para que o Presidente Lula não vencesse as eleições no primeiro turno?

	Região				Total
	Nordeste	Sudeste	Sul	Centro Oeste/Norte	
Ele não ir ao debate na TV Globo	51%	37%	33%	44%	41%
As revelações contra pessoas do PT tentando comprar dossiê	31%	38%	37%	36%	36%
O mau desempenho do seu governo	4%	14%	13%	9%	10%
A falta de apresentação de propostas para o futuro	3%	4%	6%	4%	4%
A boa campanha que Alckmin fez	3%	4%	6%	3%	4%
NS/NR	9%	4%	6%	5%	6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Pesquisa Vox Populi, divulgada no dia 11 de outubro.

Os encontros de presidenciáveis na televisão no segundo turno não mantiveram o mesmo grau de conflito do primeiro encontro. A TV Bandeirantes abriu a sequência de debates do segundo turno no dia 8 de outubro (o primeiro com a presença do presidente) e a TV Globo encerrou o ciclo de encontros no dia 27 do mesmo mês. Os debates não aconteceram sob o mesmo clima de opinião pública, ainda que tenham ocorrido com menos de 20 dias de diferença. No primeiro momento a situação era delicada para Lula, que não definira a eleição sobre Alckmin já no primeiro turno por menos de 1,5% do total de votos⁴. Porém, no decorrer do segundo turno o candidato do PT foi liderando com certa folga a disputa eleitoral e tal segurança repercutiu no desempenho do presidente nos debates.

Ao longo dos debates destacou-se a atitude crítica de Alckmin sobre Lula. Alguns jornalistas falaram em estilo “Mike Tyson”, em referência ao tom agressivo. Uma dúvida foi levantada: Geraldo havia agido corretamente ao adotar um tom crítico, cobrando ostensivamente uma atitude do presidente diante do escândalo do dossiê?

⁴ Resultado do primeiro turno: Lula, 48,61 % dos votos e Alckmin, 41,64. Fonte TSE.

Para os tucanos, o tom não foi agressivo, mas indignado. Ainda no primeiro debate o presidente disse ter se sentido como diante “de um delegado de porta de cadeia”.

Nesse artigo, o objetivo é avaliar os debates devido à já mencionada importância dos mesmos no processo eleitoral. Para isso, foi utilizada a metodologia de análise de conteúdo, tendo sido elaborada e testada uma técnica fortemente inspirada nos procedimentos de análise de comerciais eleitorais desenvolvido pelo Doxa⁵ (FIGUEIREDO e al., 2000) e em estudos americanos sobre debates presidenciais (BENOIT e KLYUKOVSKI, 2006) e (CARLIN, 2001).

2 – As estratégias discursivas de Lula e Alckmin

2.1) A análise do debate: referência teórica.

Esse estudo tem um caráter marcadamente exploratório. Ele se insere em um momento ainda muito inicial da discussão sobre os debates presidenciais na literatura brasileira. Além disso, propõe uma metodologia.

Para a perspectiva teórica será chamada a atenção para a Teoria Funcional de Benoit (BENOIT e KLYUKOVSKI, 2006), que vem se destacando como um dos principais especialistas em debates na literatura internacional. Benoit utiliza-se de conceitos da propaganda eleitoral para elaborar sua teoria sobre debates. Primeiro, ele pressupõe que para o candidato ganhar um eleitor precisa ser preferível em relação ao seu opositor e para isso ele deve distinguir-se do oponente, sendo a propaganda política o caminho indicado. Para Benoit existem três maneiras para conseguir a preferência do eleitor através do discurso: por aclamação (argumentos positivos sobre o candidato), ataques (críticas aos opositores) e defesa (refutação das críticas dos oponentes).

A partir do cálculo do custo e benefício, ele avança em sua proposição: o discurso da aclamação é capaz de aumentar a percepção dos benefícios do candidato, a mensagem de ataque pode diminuir a avaliação dos benefícios do oponente e a defesa serve para tentar reduzir o custo do ataque do adversário à candidatura. Benoit e Klyukovski (2006) a partir desses pressupostos desenvolveram algumas hipóteses ao iniciarem a análise dos debates presidenciais da Ucrânia em 2004. Eles propuseram:

⁵ O Doxa - Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública foi criado em 1996, no IUPERJ, para investigar os processos eleitorais e de formação da opinião política. O laboratório é coordenado pelo Prof. Marcus Figueiredo e tornou-se uma referência para a pesquisa em comunicação política no Brasil.

Hipótese 1: A aclamação seria a função mais freqüente e a defesa, a função menos comum nos debates ucranianos.

Hipótese 2: Os tópicos sobre política (ações do governo e suas conseqüências) seriam mais comuns do que características e qualidades dos candidatos.

Hipótese 3: O candidato do partido que estava no poder faria mais aclamações e menos ataques do que o opositorista. A literatura sobre propaganda eleitoral aponta que a aclamação é a estratégia típica do mandatário e o ataque é típico do candidato desafiante.

Hipótese 4: O candidato do partido da situação usaria a experiência passada mais para a aclamação e menos para o ataque.

Hipótese 5: O estabelecimento de metas e objetivos futuros seria utilizado mais para aclamar do que para atacar.

Hipótese 6: Idéias, valores e princípios – enquanto características dos candidatos – seriam utilizados mais para aclamar do que para atacar.

Os autores, ao elaborarem as hipóteses, trabalharam com a idéia de que o ataque tem um preço alto – pode causar desgaste do emissor, dependendo de como a mensagem seja processada – e que a aclamação não tem custo, pelo contrário, pode trazer benefícios. Entre hipóteses válidas e não válidas, destaca-se que o resultado do experimento não confirmou a hipótese um, ou seja, o debate foi pautado mais por ataques do que por aclamações. Mas, como esperavam, foram discutidos mais tópicos sobre política do que características dos candidatos. Também como esperavam o candidato da situação aclamou mais e atacou menos do que o candidato da oposição.

A utilização de ataques pelos candidatos é um aspecto central na literatura sobre os debates presidenciais. Em um primeiro momento a discussão indagou se os debates poderiam ser vistos de fato como um confronto. Para um grupo de pesquisadores, os encontros não promoviam embates verdadeiros⁶. Para outros, a utilização das estratégias de ataque e defesa promoviam sim confrontos, tal como foi constatado no trabalho de Benoit e Klyukovski (2006).

Sabe-se que a decisão sobre a utilização do ataque decorre da combinação de diferentes variáveis, tais como: a posição do candidato nas pesquisas no momento do debate, as armas e argumentos que possui para a elaboração da crítica ou denúncia, o desempenho persuasivo ao longo da campanha e em debates anteriores, entre outras.

⁶ Como: Bitzer & Reuter, 1980, citado em Carlin et. al., 2001.

No presente trabalho os dados apontam, como será visto posteriormente, que Geraldo Alckmin atacou mais do que Lula. No entanto, os números levantados despertaram muitas dúvidas sobre o quanto o tucano teria sido agressivo. A falta de parâmetros de outros estudos de casos brasileiros fez aumentar a incerteza. Para sanar tal lacuna buscou-se no texto de Carlin, Morris e Smith (2001) um parâmetro ainda que americano. Em artigo publicado, os autores estavam preocupados com a influência do formato e das questões dos debates presidenciais nas escolhas das estratégias de argumentação dos candidatos. Assim, se empenharam em um estudo de caso do pleito presidencial de 2000, em que concorreram Al Gore e Bush. Três perguntas foram centrais no estudo: 1) Haveria diferença no uso das estratégias argumentativas entre os candidatos no que se refere à ativação do conflito? 2) O formato dos debates influencia as escolhas de estratégias? E por fim. 3) A estrutura das questões explica as escolhas de estratégias? O quadro a seguir foi elaborado pelos autores para responder à primeira pergunta. Nele são apresentados os números de unidades de análise em que apareceram estratégias de confronto e de não confronto na série de debates avaliados⁷. O quadro apresenta o número de casos e a porcentagem.

Tabela 2: Comparação de unidades de confronto e não confronto entre os candidatos.

Candidato	Confronto	Não confronto
Bush	138 83,6%	27 16,4%
Gore	109 77,3%	32 22,7%

Fonte: (CARLIN et. al. 2006, p. 2204)

Posteriormente, serão analisados debates presidenciais de 2006 no Brasil a partir de elementos dessa literatura.

2.2) A análise do debate: algumas explicações metodológicas

Para a análise do conteúdo do debate eleitoral foi elaborada uma planilha, fortemente inspirada na metodologia desenvolvida por Figueiredo et al. (2000), para o estudo da propaganda eleitoral. A planilha do experimento contempla ainda as variáveis básicas freqüentes nos estudos americanos já citados. Os seguintes aspectos foram abordados: fonte (candidato, âncora, jornalista ou eleitor); candidato (Lula ou Alckmin);

⁷ De acordo com Carlin et. al. (2001), a estratégia do confronto comporta uma avaliação presumidamente negativa da posição do oponente que pode se manifestar de diferentes formas e em diferentes momentos ao longo do debate. Em seu texto, os autores descrevem uma série de categorias de discurso que podem ser classificadas como uma situação de conflito ou não.

tipo de participação (pergunta, resposta, réplica, tréplica, considerações finais, direito de resposta), tom da estratégia discursiva (ataque, defesa, indefinido); foco da estratégia discursiva (adversário, candidato, tema, indefinido); atributo do discurso (pessoal, administrativo/ de governo, político); valência do discurso (positivo, negativo, neutro); retórica (sedução, proposição, crítica, valores, ameaça); dimensão temporal (passado, presente, futuro e indefinido), tema, apelo ao voto.

Na aplicação da planilha, cada fala ininterrupta dos participantes foi considerada um segmento para análise. Por exemplo, uma pergunta de Lula era uma unidade de análise. Da mesma forma, uma resposta de Alckmin era outro segmento de análise. Para cada segmento foi analisada a presença da categoria (sim/não) e a predominância da mesma.

2.3 Algumas explicações sobre o debates

O debate da Rede Bandeirantes foi dividido em cinco blocos. No primeiro bloco os dois candidatos responderam, por ordem de sorteio, a uma pergunta do mediador, o jornalista Ricardo Boechat, com direito a dois minutos de resposta cada. Em seguida, Lula e Alckmin tiveram a chance de fazer uma pergunta um ao outro, com direito a resposta, réplica e tréplica. No segundo e terceiro blocos, candidato perguntou para candidato no mesmo formato do segmento anterior. Já no quarto bloco, os candidatos responderam a questões elaboradas pelos jornalistas Joelmir Betting, Franklin Martins, José Paulo de Andrade e Fernando Vieira de Mello. Cada candidato respondeu duas perguntas, comentou a resposta do adversário e teve direito à tréplica. No quinto e último bloco, candidato voltou a perguntar para candidato e ainda tiveram três minutos cada para as considerações finais.

O debate do SBT, mediado pela jornalista Ana Paula Padrão, teve quatro blocos. No primeiro, os candidatos falaram sobre as suas propostas de governo a partir de quatro temas sorteados pela mediadora. Cada qual teve dois minutos para responder, um minuto para replicar e um minuto para treplicar. No segundo e terceiro blocos, candidato perguntou para candidato. Os temas eram livres e não houve intervenções da mediadora, de outros jornalistas ou eleitores. Cada candidato teve um minuto para formular a pergunta, o opositor teve o direito a dois minutos para a resposta, quem questionou, replicou em até um minuto e o adversário teve mais um minuto para a tréplica. No quarto e último bloco cada candidato teve o direito a três minutos para as considerações finais.

O jornalista Celso Freitas foi o mediador do debate da Rede Record. A emissora optou em segmentar o embate em cinco blocos. No primeiro cada candidato teve dois minutos para a apresentação. No decorrer do primeiro, segundo e quarto blocos, cada candidato elaborou duas questões, com temas livres, para o seu adversário. As regras previam trinta segundos para a pergunta, dois minutos para a resposta, um minuto para réplica e mais um minuto para a tréplica. O terceiro bloco contou com a participação das jornalistas Adriana Araújo e Cristina Lemos da Rede Record e do jornalista Bob Fernandes do Portal Terra. Cada jornalista pode questionar uma vez cada candidato em trinta segundos, estes tiveram dois minutos para responder, o adversário pode comentar a resposta em um minuto e o candidato indagado pode treplicar em um minuto. O quinto bloco foi reservado para as considerações finais.

No caso da rede Globo, a emissora e o Ibope selecionaram oitenta eleitores indecisos para compor a platéia do debate e representar todas as regiões do Brasil. Cada eleitor formulou cinco perguntas sobre temas gerais, gerando assim cerca de quatrocentas questões. Destas a produção do debate selecionou 12 perguntas que foram feitas pelos próprios eleitores aos candidatos à Presidência da República. Cada eleitor teve vinte segundos para ler a questão exatamente como foi formulada por ele e referendada pelo funcionário do Ibope.

Nos três primeiros blocos os candidatos responderam às perguntas dos eleitores em um minuto e vinte segundos. O adversário teve quarenta segundos para formular uma outra pergunta sobre o mesmo tema. Apenas uma vez no decorrer de todo o debate essa regra foi cumprida, pois, os candidatos utilizaram esses quarentas segundos para a defesa ou ataque e não para questionar o adversário. O candidato sabatinado teve um minuto e vinte para responder, o opositor um minuto para réplica e o candidato questionado mais um minuto para tréplica. Esse mecanismo se repetiu quatro vezes em cada um dos três blocos. No último bloco, candidato perguntou livremente para candidato, sendo 30 segundos para a pergunta, um minuto e meio para resposta, um minuto para réplica e mais um minuto para a tréplica. E, para finalizar o debate, cada candidato teve dois minutos reservados para as considerações finais.

2.4 Os resultados quantitativos.

Na classificação dos dados coletados dos debates, nomeamos como TED o tom de estratégia discursiva do segmento que pode ser: de ataque, defesa ou indefinido. Em um segmento pode haver a presença ou ausência desses tons. Mas, o TED

predominante, como o nome indica, é aquele que prevalece sobre os demais em cada segmento. Por exemplo, ao analisar um segmento sobre a estratégia discursiva, buscava-se identificar se havia ataque, defesa ou tom indefinido e, em um segundo momento, questionava-se qual era o tom predominante no caso da existência de mais de uma postura em apenas um segmento, o que foi muito freqüente.

Os dados da tabela 3 evidenciam a tendência mais agressiva de Alckmin ao longo dos quatro debates. Já Lula, adotou no primeiro debate uma estratégia onde predominou o ataque, mas, nos seguintes a postura mais presente foi a defensiva. No primeiro debate Lula reagiu às acusações de corrupção no seu mandato atacando o grupo político de Alckmin e o seu governo em São Paulo. Neste momento ele remeteu a origem do esquema de corrupção ao governo FHC (Fernando Henrique Cardoso) e acusou o PSDB de adotar uma política privatista sempre que ocupava o poder. A partir do segundo debate Lula contra-atacou pouco, ele optou por uma estratégia de reação onde gastava o tempo de resposta falando das realizações de seu governo.

Neste trabalho, diferente do que fizeram Benoit e Klyukovski, não houve uma separação entre estratégia de defesa e aclamação. Optou-se por seguir o modelo utilizado por Figueiredo et al.(2000) para a análise dos spots.

Os dois candidatos utilizaram o ataque o mesmo número de vezes no primeiro debate e nos seguintes a diferença no uso desta estratégia não foi grande. No entanto, ao observarmos o tom da estratégia predominante⁸ nos quatro debates a percepção muda, pois, fica evidente uma enorme discrepância entre as táticas. A opção pela predominância do ataque utilizada pelo candidato desafiante torna-se clara e com diferenças numéricas significativas a partir do segundo debate, o do SBT, atingindo o pico no programa da Record, onde em 80% dos segmentos de Alckmin predominaram os ataques enquanto apenas em 14,2% das manifestações de Lula isso ocorreu. Como o ataque tem como par correlato a defesa, o candidato à reeleição precisou lançar mão dessa estratégia mais vezes que seu adversário e, com exceção do primeiro encontro, esta postura predominou amplamente na fala de Lula. Os dados confirmam que as estratégias dos candidatos, neste critério, foram coerentes com o contexto da eleição. Lula atacou mais no primeiro debate, quando estava acuado e precisava responder ao seu eleitor. Alckmin, como candidato desafiante, manteve a postura de ataque ao longo dos quatro debates.

⁸ Foi estabelecida como predominante a estratégia que demanda mais tempo na fala do candidato.

Tabela 3- Presença e predominância das estratégias de ataque e defesa.

emissora			participante			
			LULA		ALCKMIN	
			Count	Col %	Count	Col %
band	ataque		36	100,0%	36	100,0%
	defesa		29	80,6%	24	66,7%
	TED predominante	ataque	23	63,9%	29	80,6%
		defesa	13	36,1%	7	19,4%
sbt	ataque		26	96,3%	27	100,0%
	defesa		24	88,9%	19	70,4%
	TED predominante	ataque	10	37,0%	20	74,1%
		defesa	17	62,9%	7	25,9%
record	ataque		30	85,7%	34	97,1%
	defesa		32	91,4%	28	80,0%
	TED predominante	ataque	5	14,7%	27	77,2%
		defesa	29	82,3%	8	22,8%
globo	ataque		28	80,0%	34	97,1%
	defesa		35	100,0%	28	80,0%
	TED predominante	ataque	8	22,9%	25	71,4%
		defesa	27	77,1%	9	25,7%

Fonte: Banco de Dados - Grupo de Pesquisa em Comunicação Política (GPCP) UFPR.

Outra informação coletada pela pesquisa diz respeito ao ‘foco da estratégia discursiva’ (FED), que pode estar no candidato, no adversário ou no tema (Tabela – 4). Já sabemos que o ataque predominou no discurso de Alckmin em relação ao de Lula e essa diferença ficou mais explícita a partir do segundo debate. Esta informação se confirma ao observarmos que os números absolutos de ataque de Lula – que já apareceu na tabela 3, mas que ganham mais evidência na tabela 4 - são sempre menores que os de Alckmin e a diferença chega a ser abismal no debate da Record (5/27). Mas, ainda que Lula tenha atacado menos, quando o fez, a sua estratégia foi semelhante à do ex-governador de São Paulo ao longo dos quatro debates. Senão vejamos, em três debates Lula concentrou seus ataques no adversário numa escala sempre acima de 80%. Só no debate da Record a preponderância de ataque ao adversário ficou na casa dos 60%, rivalizando, também, com o foco no tema, o qual obteve 40%. A estratégia de Alckmin, neste quesito, não foi diferente, nos seus ataques ele focou predominantemente o adversário, com destaque para o primeiro e terceiro debates.

Tabela – 4 Foco de Estratégia Discursiva - Ataque - participante * FED predominante

emissora				FED predominante			Total
				candidato	adversário	tema	
band	participante	LULA	Número	0	23	0	23
			% participante	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		ALCKMIN	Número	0	29	0	29
			% participante	,0%	100,0%	,0%	100,0%
sbt	participante	LULA	Número	0	9	1	10
			% participante	,0%	90,0%	10,0%	100,0%
		ALCKMIN	Número	0	16	4	20
			% participante	,0%	80,0%	20,0%	100,0%
record	participante	LULA	Número	0	3	2	5
			% participante	,0%	60,0%	40,0%	100,0%
		ALCKMIN	Número	0	24	3	27
			% participante	3,6%	88,8%	11,2%	100,0%
globo	participante	LULA	Número	0	7	1	8
			% participante	,0%	87,5%	12,5%	100,0%
		ALCKMIN	Número	0	19	6	25
			% participante	,0%	76,0%	24,0%	100,0%

Fonte: GPCP – UFPR

Nos três últimos programas, nas poucas vezes em que Lula atacou, procurou acertar o grupo político de Alckmin e menos à sua experiência administrativa, de governo, neste caso, o dado diz respeito ao ‘Atributo da Estratégia Discursiva’ (Tabela 5), que pode variar entre o pessoal, o administrativo e o político. Os ataques do tucano ao presidente, por sua vez, estavam mais centrados em sua experiência de governo. No caso de Alckmin a predominância do atributo administrativo nos ataques sempre esteve acima dos 70%, com destaque para o primeiro e para o último debate com 89,7% e 96% respectivamente. Ou seja, Lula atacava o grupo político de Alckmin e esse criticava o governo do petista. É possível acrescentar, que ao atacar o candidato Lula, Alckmin focava o momento atual, o governo em andamento, por outro lado, o presidente, ao criticar seu adversário, elegia como alvo o governo passado, de Fernando Henrique. É preciso destacar, ainda, que, para ambos os candidatos, o atributo do ataque foi raramente pessoal.

Tabela – 5 Atributo da Estratégia Discursiva - Ataque - participante * AED predominante

emissora				AED predominante			Total
				pessoal	administrativo	político	
band	participante	LULA	Número	1	10	12	23
			% por participante	4,3%	43,5%	52,2%	100,0%
	ALCKMIN		Número	1	26	2	29
			% por participante	3,4%	89,7%	6,9%	100,0%
sbt	participante	LULA	Número	1	2	8	11
			% por participante	9,1%	18,2%	72,7%	100,0%
	ALCKMIN		Número	1	15	4	20
			% por participante	5,0%	75,0%	20,0%	100,0%
record	participante	LULA	Número	1	1	4	6
			% por participante	16,7%	16,7%	66,7%	100,0%
	ALCKMIN		Número	0	24	4	28
			% por participante	,0%	85,7%	14,3%	100,0%
globo	participante	LULA	Número	0	3	5	8
			% por participante	,0%	37,5%	62,5%	100,0%
	ALCKMIN		Número	0	24	1	25
			% por participante	,0%	96,0%	4,0%	100,0%

Fonte: GPCP - UFPR.

A tabela 6 informa sobre as estratégias utilizadas pelos candidatos (ataque ou defesa) e os temas predominantes associados a elas. No debate da Band os dados indicam que ambos os candidatos municiaram seus ataques predominantemente com o tema corrupção. Alckmin atacava a corrupção do governo Lula e este, por sua vez, elegia o governo FHC como responsável por este mal. Ao se defender Lula escolheu preferencialmente a economia e Alckmin optou massivamente pela segurança. Deve-se mencionar que o tema da violência foi o segundo predominante nos ataques de Lula neste debate, no caso, ele tentou responsabilizar o governo Alckmin pela violência do PCC em São Paulo.

No debate do SBT Lula atacou, predominantemente, com orçamento (27,3%), saúde (18,2%) e privatização (18,2%) e se defendeu com economia geral (25,0%) e Saúde (25,0%). Alckmin, por sua vez, atacou privilegiando o tema saúde (25,0%), economia geral (15%) e orçamento (15%) e se defendeu mobilizando, preferencialmente, o tema da Educação. Na Record, Lula ainda enfatizou o orçamento no ataque (33,3%) e na defesa (22,2%), mas, merece destaque no quesito defesa o tema corrupção que apareceu com (18,5%) de frequência. Alckmin se defendeu, naquele programa, nitidamente privilegiando o orçamento (57,1%) e atacou enfatizando a corrupção (25%). No debate da Globo Lula atacou enfatizando a saúde (25%) e se defendeu via tributos (18,5%) e economia geral (14,8%). Alckmin, por sua vez, atacou

mobilizando predominantemente a segurança pública (12%), corrupção (12%) e tributos (12%). Nos momentos defensivos ele enfatizou o tema do financiamento da casa própria.

Tabela 6 – Estratégias de discurso e Temas

emissora	Tema	TED Predominante							
		Ataque				Defesa			
		Lula		Alckmin		Lula		Alckmin	
		casos	% coluna	casos	% coluna	casos	% coluna	casos	% coluna
Band	Segurança Pública_violência	4	17,4	1	3,4	1	7,7	4	57,1
	Saúde	0	0	3	10,3	0	0	0	0
	Educação	3	13	1	3,4	1	7,7	1	14,3
	Infra-estrutura	0	0	0	0	1	7,7	0	0
	Desempenho da economia	1	4,3	3	10,3	3	23,1	0	0
	Política de juros	0	0	2	6,9	1	7,7	0	0
	Transportes_estradas	0	0	2	6,9	1	7,7	0	0
	Cardápio	2	8,7	1	3,4	1	7,7	1	14,3
	Orçamento da União	0	0	1	3,4	0	0	0	0
	Corrupção	8	34,8	10	34,5	2	15,4	1	14,3
	Política Social	2	8,7	2	6,9	1	7,7	0	0
	Energia	1	4,3	2	6,9	1	7,7	0	0
	Privatização	2	8,7	1	3,4	0	0	0	0
SBT	Segurança Pública_violência	0	0	1	5,0	1	6,3	1	14,3
	Saúde	2	18,2	5	25,0	4	25,0	0	0
	Educação	1	9,1	0	0	1	6,3	2	28,6
	Economia Geral	0	0	3	15,0	4	25,0	0	0
	Cardápio	1	9,1	2	20,0	0	0	0	0
	Orçamento da União	3	27,3	3	15,0	1	6,3	1	14,3
	Corrupção	0	0	2	10,0	1	6,3	0	0
	Políticas públicas	1	9,1	0	0	0	0	1	14,3
	Privatização	2	18,2	0	0	0	0	1	14,3
	Empregos	0	0	2	10,0	2	12,5	0	0
	Agricultura	1	9,1	2	10,0	2	12,5	1	14,3
Record	Saúde	0	0	2	7,1	2	7,4	0	0
	Educação	0	0	2	7,1	2	7,4	0	0
	Economia Geral	1	16,7	3	10,7	3	11,1	0	0
	Cardápio	1	16,7	4	14,3	1	3,7	2	28,6
	Orçamento da União	2	33,3	3	10,7	6	22,2	4	57,1
	Corrupção	1	16,7	7	25,0	5	18,5	0	0
	Políticas públicas	0	0	0	0	1	3,7	0	0
	Privatização	1	16,7	2	7,1	0	0	0	0
	Minorias	0	0	1	3,6	1	3,7	0	0
	Política cambial	0	0	3	10,7	3	11,1	1	14,3
Globo	Esporte_cultura_lazer	0	0	1	3,6	2	7,4	0	0
	Indústria naval	0	0	0	0	1	3,7	0	0
	Segurança Pública_violência	1	12,5	3	12,0	3	11,1	1	11,1
	Saúde	2	25,0	2	8,0	0	0	1	11,1
	Educação	0	0	1	4,0	2	7,4	1	11,1
	Economia Geral	0	0	2	8,0	4	14,8	0	0
	Transporte	0	0	2	8,0	2	7,4	1	11,1
	Cardápio	0	0	3	12,0	3	11,1	0	0
	Corrupção	1	12,5	3	12,0	2	7,4	0	0
	Infra-estrutura	1	12,5	1	4,0	2	7,4	1	11,1
	Empregos	0	0	2	8,0	2	7,4	0	0
	Tributos	1	12,5	3	12,0	5	18,5	1	11,1
	Meio ambiente	1	12,5	2	8,0	1	3,7	1	11,1
	Casa própria_financiamento	1	12,5	1	4,0	1	3,7	2	22,2

Fonte:GPCP - UFPR.

Pode-se ainda analisar as estratégias de defesa. Como era de se esperar, os candidatos saíram em defesa, em resposta aos ataques, na tentativa de reduzir o efeito dos mesmos. O candidato Lula concentrou o foco da sua defesa, nos dois primeiros debates, na sua figura de candidato, uma vez que nestes momentos esteve sob fogo cerrado (Tabela 7). No terceiro debate Lula passou a valorizar a defesa de temas, sendo que no último esta estratégia foi ampliada chegando a predominar em 74,1% dos segmentos defensivos. A mesma trajetória é observada na estratégia de defesa de Alckmin, com a ressalva de que ele começou mais cedo, já no segundo debate, a equilibrar a defesa do candidato com a defesa de temas.

Tabela – 7 Foco de Estratégia Discursiva - Defesa - participante * FED predominante

emissora				FED predominante			Total
				candidato	adversário	tema	
band	participante	LULA	Número	11	0	2	13
			% participante	84,6%	,0%	15,4%	100,0%
	ALCKMIN		Número	6	0	1	7
			% participante	85,7%	,0%	14,3%	100,0%
sbt	participante	LULA	Número	12	0	5	17
			% participante	70,6%	,0%	29,4%	100,0%
	ALCKMIN		Número	3	0	4	7
			% participante	42,8%	,0%	57,2%	100,0%
record	participante	LULA	Número	14	0	15	29
			% participante	48,3%	,0%	51,8%	100,0%
	ALCKMIN		Número	4	0	4	8
			% participante	50,0%	,0%	50%	100,0%
globo	participante	LULA	Número	7	0	20	27
			% participante	25,9%	,0%	74,1%	100,0%
	ALCKMIN		Número	3	0	6	9
			% participante	33,3%	,0%	66,7%	100,0%

Fonte: GPCP - UFPR.

A tabela 8 informa qual o atributo discursivo predominante (pessoal, administrativo ou político) nos segmentos dedicados à defesa. No caso de Lula predominou o atributo administrativo no discurso defensivo em todos os debates. Enquanto que Alckmin iniciou sua estratégia defensiva com ênfase no atributo administrativo e, a partir do segundo debate valorizou a dimensão política ao se defender, a ponto de este atributo ocupar todo seu discurso de defesa no último debate.

Tabela – 8 Atributo da Estratégia Discursiva - Defesa - participante * AED predominante

emissora				AED predominante			Total
				pessoal	admsintrativo	político	
band	participante	LULA	Número	0	13	0	13
			% por participante	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		ALCKMIN	Número	0	7	0	7
			% por participante	,0%	100,0%	,0%	100,0%
sbt	participante	LULA	Número	0	15	1	16
			% por participante	,0%	93,8%	6,3%	100,0%
		ALCKMIN	Número	0	2	5	7
			% por participante	,0%	28,6%	71,4%	100,0%
record	participante	LULA	Número	0	26	2	28
			% por participante	,0%	92,9%	7,1%	100,0%
		ALCKMIN	Número	1	3	3	7
			% por participante	14,3%	42,9%	42,9%	100,0%
globo	participante	LULA	Número	1	24	2	27
			% por participante	3,7%	88,9%	7,4%	100,0%
		ALCKMIN	Número	0	0	9	9
			% por participante	,0%	,0%	100,0%	100,0%

Fonte: GPCP - UFPR.

Considerações finais e implicações para estudos futuros

Este trabalho deve ser visto como um teste metodológico para o estudo de debates eleitorais. O objetivo foi estudar os debates do segundo turno no pleito presidencial de 2006 procurando elucidar as estratégias discursivas dos políticos.

O quadro abaixo resume as principais estratégias utilizadas pelos candidatos.

Quadro 1 – Estratégias de Lula e Alckmin nos debates de 2006

CRITÉRIOS		LULA		ALCKMIN	
Tom da Estratégia Discursiva (TED) Predominante - Ataque/Defesa		Predomínio de ataque no primeiro debate, depois recuo defensivo .		Predomínio do tom mais agressivo nos 4 debates.	
ATAQUE		ATAQUE		ATAQUE	
Foco da Estratégia Discursiva (FED) – candidato/adversário/tema		Atacou menos, mas, quando o fez focou o adversário .		Atacou mais, sempre focando o adversário .	
Atributo da Estratégia Discursiva (AED) – pessoal/administrativo/político		Predomínio do atributo político . Ataque ao grupo político nos 3 últimos debates.		Predomínio do atributo administrativo . Ataca a experiência de governo.	
TEMAS	Debates	Ataque	Defesa	Ataque	Defesa
	Band	Corrupção e segurança	Economia	Corrupção	Segurança
	SBT	Orçamento, saúde e privatização	Economia e saúde	Saúde, economia e orçamento	Educação
	Record	Orçamento	Orçamento	Corrupção	Orçamento

			e corrupção		
	Globo	Saúde	Tributos e economia	Segurança, corrupção e tributos	Habitação
DEFESA		DEFESA		DEFESA	
Foco da Estratégia Discursiva (FED) – candidato/adversário/tema		Início predomina a defesa do candidato , depois equilíbrio candidato/tema e finalmente ênfase tema		Início predomina a defesa do candidato , depois equilíbrio candidato/tema e finalmente ênfase tema	
Atributo da Estratégia Discursiva (AED) – pessoal/administrativo/político		Administrativo. Defendeu o seu governo.		Administrativo de início e depois político . Não defendeu seu grupo político	

A partir dos resultados obtidos podemos concluir que:

- Alckmin e Lula utilizaram ataques em todas as intervenções, no entanto, tais críticas foram mais predominantes nas falas do candidato do PSDB.
- A partir da comparação com a literatura internacional, percebe-se que os debates foram acentuadamente conflituosos, mais do que os embates estudados por Benoit e Klyukouski (2006) e Carlin et. al. (2001).
- Assim como propunham Benoit e Klyukouski (2006), o candidato da situação atacou menos do que o seu principal adversário. A idéia de que Lula tenha utilizado-se mais da aclamação/defesa que Alckmin também é pertinente.
- Foi possível mapear ainda como os políticos se atacavam. Alckmin criticava Lula, focando em seu governo, particularmente no tema da corrupção.
- Já Lula atacava Alckmin em duas frentes. Por um lado desqualificava o grupo político do tucano, remetendo o candidato e suas propostas ao Governo Fernando Henrique, particularmente no que se refere à corrupção e à política econômica neo-liberal/privatização. Falava da corrupção no governo tucano para mostrar que a “roubalheira” não era uma particularidade de seu governo. Falava da tendência privatista dos tucanos para se diferenciar. Havia ainda a crítica endereçada ao próprio governo Alckmin no que se refere à segurança em São Paulo. Os movimentos do PCC no estado deixaram visível a vulnerabilidade da sociedade diante do crime organizado e o ex-governador era responsabilizado pela desordem.

- No que se refere às estratégias de defesa, Lula utilizou-se pesadamente de uma blindagem: a política econômica, e ainda utilizou o ataque ao governo anterior como defesa.
- Geraldo Alckmin defendeu o seu governo em São Paulo e se posicionou pouco em relação às críticas ao seu grupo político, principalmente àquelas endereçadas a Fernando Henrique.
- Por fim, há a clara noção de que esse é um trabalho ainda inicial sobre análise de debates, o qual precisa ser mais bem elaborado. Novos estudos precisam ser promovidos para que se possa sanar essa carência da comunicação e política no país.

Referências Bibliográficas:

BENOIT, William e KLYUKOVSKI, Andrew. (2006). “A functional analysis of 2004 ukrainian presidential debates”. In: **Argumentation and Advocacy**. Springer, 209-225.

BENOIT, Willian e WELLS, W.T. (1996). **Candidates in conflict: Persuasive attack and defese in the 1992 presidential debates**. Tuscaloosa: University of Alabama Press.

BITZER, L. & REUTER, T. (1980). **Carter vesus Ford: The counterfeit debate s of 1976**. Madison: The University of Wisconsin Press.

CARLIN, Diana; MORRIS, Eric e SMITH, Shawna. (2001). “The influence of format and questions on candidates’ argument choice in the 2000 presidential debates”. In: **American Behavioral Scientist**, 44, 2196-2218.

FIGUEIREDO, Marcus; ALDÉ, Alessandra; DIAS, Heloisa; JORGE, Vladimyr. (2000) “Estratégias de persuasão em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral”. In: Figueiredo, Rubens (org.) **Marketing Político e Persuasão Eleitoral**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer.

LOURENÇO, L. C. (2004). Debates presidenciais 2002: o impacto das disputas televisivas. in: 28a encontro Anual da Anpocs, 2004, Caxambu.