



GT 11 - Democracia, Comunicação Política e Eleições

Mídia e eleições em Curitiba: estratégias discursivas do PT e do PSDB em 2004 e 2008

Nelson Rosário de Souza (UFPR)

Emerson Urizzi Cervi (UFPR/UEPG)

Sandra Avi dos Santos (UFPR)

**33º Encontro Anual da ANPOCS,
26 a 30 de outubro de 2009 –
CAXAMBU – MG.**

Mídia e eleições em Curitiba: estratégias discursivas do PT e do PSDB em 2004 e 2008

Nelson Rosário de Souza (UFPR)
Emerson Urizzi Cervi (UFPR/UEPG)
Sandra Avi dos Santos (UFPR)

Resumo: Os estudos que abordam a Comunicação Política no Brasil têm avançado e se diversificado. Neste campo em formação é fundamental o acúmulo de dados e a proliferação de análises comparativas. O foco da nossa pesquisa está nas estratégias discursivas utilizadas pelos dois principais partidos e candidatos no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral durante as eleições para prefeitura de Curitiba em 2004 e 2008. Foi aplicada metodologia quantitativa própria para coleta de dados em mensagens políticas na televisão. Associou-se a este procedimento a análise dos contextos eleitorais e do perfil político da capital paranaense. O objetivo fundamental é comparar os dois eventos em busca de um padrão estratégico no uso da mídia pelo PT e pelo PSDB. A comparação dos pleitos em Curitiba permite também o diálogo com a literatura da comunicação política.

INTRODUÇÃO

Nosso estudo faz a comparação das estratégias discursivas do PSDB e do PT no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e do desempenho midiático dos seus candidatos majoritários durante as eleições para prefeito de Curitiba em 2004 e 2008. Também se pretende investigar possíveis impactos do HGPE nas intenções de voto dos principais candidatos nas duas disputas em tela.

Os problemas investigados são: Quais estratégias discursivas foram adotadas? Existiu um padrão de comportamento nas duas ocasiões? Ficaram nítidas as posições de desafiante e mandatário durante a campanha na TV? Qual representação temporal foi predominante? As campanhas priorizaram temas ou a personalidade dos candidatos? Em que medida os desempenhos eleitorais podem ser explicados pelas estratégias midiáticas e pelos contextos eleitorais?

A pesquisa analisa os HGPEs do primeiro e segundo turno em 2004 e do primeiro e único turno em 2008. A metodologia se inspira, na análise de conteúdo das mensagens políticas na TV elaboradas por Figueiredo (FIGUEIREDO, 1998). O objetivo é investigar de modo quantitativo as variáveis estratégicas utilizadas pelos candidatos e partidos durante o HGPE, buscando

padrões discursivos e relacionar estes dados com as observações a partir da audiência aos programas e com os contextos eleitorais. A análise é elaborada em diálogo com a literatura sobre comunicação política com o objetivo de refletir sobre temas como papel da imagem nos eventos políticos contemporâneos e a personalização da política.

É plausível lançar a hipótese de que as estratégias discursivas dos principais partidos em ambos os pleitos foram semelhantes, configurando um padrão, uma vez que os contextos eleitorais não tiveram grandes variações. Mas, caso não seja encontrado um padrão estratégico para os dois momentos é pertinente supor que a mudança de candidato pelo PT, da primeira para a segunda eleição, e a alteração da posição do PSDB, que virou situação, influenciaram significativamente o processo eleitoral e as estratégias discursivas.

O trabalho está dividido em três partes. Primeiro será apresentado os contextos que emolduraram as duas eleições. No segundo momento serão analisados os dados que compõem as estratégias discursivas do PT e do PSDB nas eleições municipais de Curitiba em 2004 e 2008. Finalmente, a partir de regressões estatísticas procuraremos auferir a eficácia discursiva dos candidatos em relação aos seus desempenhos eleitorais.

I – OS CONTEXTOS ELEITORAIS

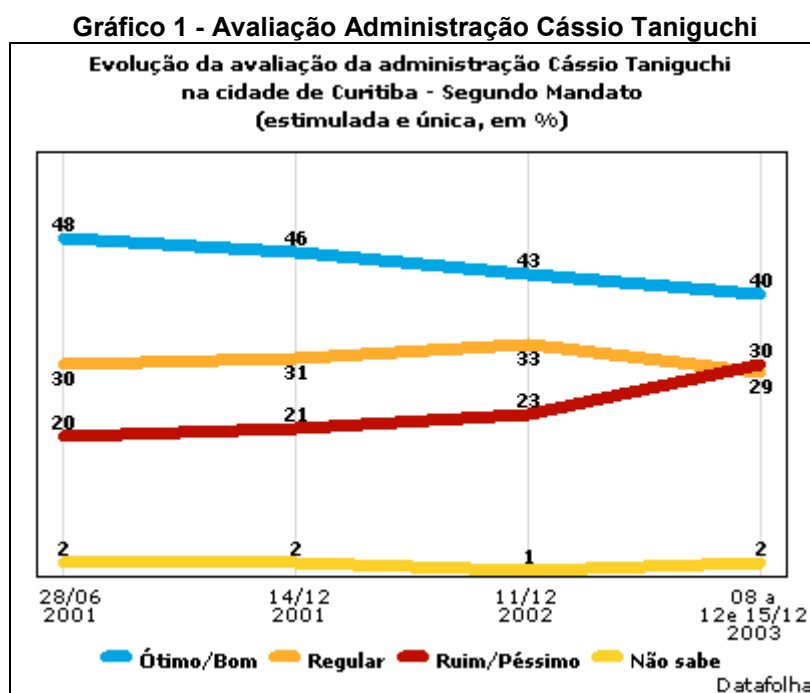
No início da campanha de 2004 existia uma expectativa sobre como seria o novo confronto entre a ala direita da capital paranaense, representada pelo grupo do urbanista Jaime Lerner, e a esquerda, ocupada pelo PT e pelo PMDB do governador Roberto Requião. Esta expectativa era alimentada pela memória do pleito de 2000, quando o pefelista Cássio Taniguchi (51,48 %) foi eleito no segundo turno vencendo o candidato do PT Ângelo Vanhoni¹ (48,52%), por uma pequena margem de votos. A eleição de 2004 ocorreu sob uma

¹ Ângelo Carlos Vanhoni, foi um dos primeiros integrantes do PT do Paraná. Ocupou seu primeiro cargo público na Câmara Municipal de Curitiba, em 1989. Em 1994, elegeu-se deputado estadual cargo que ocupou até 2006. Desde 2007 ocupa uma cadeira em Brasília como deputado federal eleito. Foi o candidato do PT à Prefeitura de Curitiba, em 1996, em 2000 e em 2004.

crescente rejeição à administração do, então prefeito, Cássio Taniguchi (Cervi e Souza, 2004).

Desde o final de 2002 o governo do PFL em Curitiba dava sinais de evidente desgaste. No gráfico 1, segundo pesquisa DataFolha de 28/12/2003, podemos observar que a avaliação ruim/péssimo, relacionada à administração de Taniguchi em um ano, aumentou de 23% para 30%.

Ao final de 2003 o vice-prefeito Beto Richa (PSDB) assumiu temporariamente a prefeitura e reduziu o valor da tarifa do transporte público de Curitiba por três dias. Este ato gerou o “rompimento” entre o PSDB e o PFL na capital paranaense. Beto Richa² começara então a sua caminhada visando às eleições de 2004, distanciando-se das possíveis imagens negativas e do desgaste da gestão Taniguchi.



² Carlos Alberto Richa (PSDB), filho do ex-governador do Paraná, José Richa, surgiu no cenário político em 1994 quando foi eleito deputado Estadual pelo PSDB, com cerca de vinte e dois mil votos. Tornou a ser eleito para o cargo legislativo estadual em 1998, só que pelo PTB e com mais de quarenta mil votos. Em 2000, iniciou a vida política no cargo executivo como vice-prefeito de Cássio Taniguchi (PFL) e na ocasião, assumiu também a Secretaria Municipal de Obras Públicas. Em 2002, retornou ao PSDB, lançou-se candidato ao governo do Estado do Paraná, coligado aos partidos PFL, PAN e PSL, e ficou em terceiro lugar com cerca de oitocentos mil votos, deixando a disputa no segundo turno entre Roberto Requião (PMDB) e Álvaro Dias (PDT).

Com a saída do PSDB da coligação coube a Osmar Bertoldi, então vereador pefelista, a missão de manter o PFL no poder em Curitiba e dar continuidade a gestão de Taniguchi. Com o apoio do prefeito Cássio Taniguchi ao seu candidato, parecia que teríamos uma repetição do que ocorrera em 2000: PFL *versus* PT. Contudo, esse cenário não se realizou, pois, além da alta rejeição à administração do prefeito, como já assinalamos anteriormente, o candidato tucano passou a se apresentar aos eleitores como uma alternativa, não aceitava representar a continuidade na administração da cidade e, tampouco, assinalava uma mudança radical.

No ano de 2004, Beto Richa lançou sua candidatura pela coligação “Curitiba Melhor Pra Você” que reunia os seguintes partidos: PSDB, PSB, PTN, PP, PDT, PSL, PAN e PRONA. A coligação indicou como vice o candidato do PSB, Luciano Ducci, do mesmo partido do ex-governador Jaime Lerner. Tal situação dificultava a localização de Richa no jogo estratégico discursivo, ainda que fosse mais plausível vê-lo como mandatário do que como desafiante.

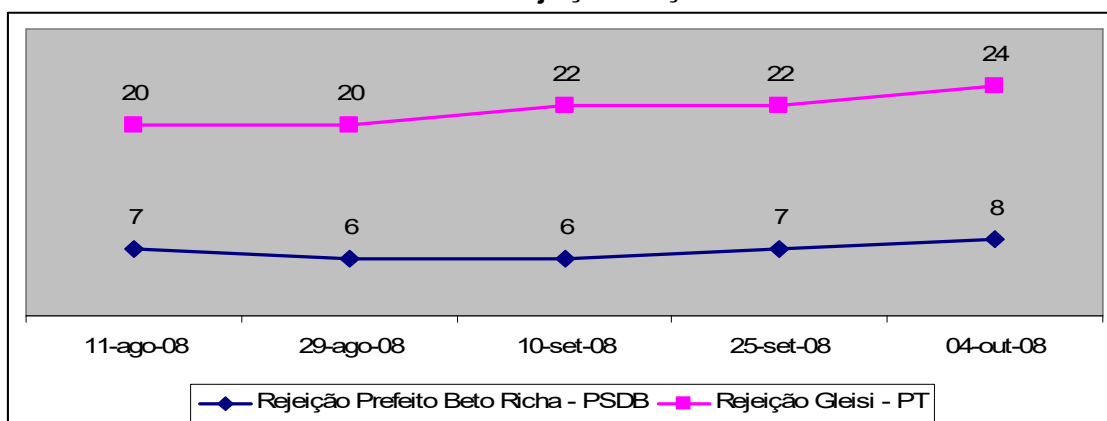
O contexto pré-eleitoral favoreceu a candidatura de Ângelo Vanhoni que, pertencente à coligação “Tá na hora, Curitiba” (composta pelos partidos: PT, PMDB, PTB e PCdoB), passou a ser visto como o principal candidato em 2004. A candidatura de Vanhoni recebeu apoio amplo e irrestrito do governador Roberto Requião que chegou a se afastar do cargo, por algumas semanas, para apoiar diretamente o candidato petista. Essa estratégia do governador, para tentar impedir a seqüência de governos da ala lernista em Curitiba, acabou criando uma situação conflituosa dentro do PMDB. Gustavo Fruet, que naquela ocasião tinha a intenção de sair candidato a prefeitura de Curitiba, ao ver suas expectativas frustradas, rompeu com o PMDB e, junto com outros insatisfeitos, passou a apoiar o candidato tucano. Gustavo Fruet filiou-se ao PSDB em fevereiro de 2005.

Beto Richa e o petista Ângelo Vanhoni se enfrentaram no segundo turno, deixando para trás o candidato apoiado pelo prefeito, Osmar Bertoldi (PFL), e os candidatos Rubens Bueno (PPS), Mauro Moraes (PL), Melo e Silva (PV), Vera Helena Teixeira (PRTB), Leopoldo Campos (PSDC), Pedro Manoel Neto (PMN), Gilberto Félix (PSTU), Jorge Luiz De Paula Martins (PRP), Achilles

(PTC) e por fim Danilo D'avila (PT do B), que teve sua candidatura impugnada. Ao final daquela eleição os curitibanos elegeram no segundo turno Beto Richa com 54,78% dos votos válidos, contra 45,22% do candidato Ângelo Vanhoni.

Em 2008 a campanha começou diferente daquela de 2004, tanto para Beto Richa (PSDB) como para seus adversários. A princípio, dois aspectos foram relevantes: o baixo índice de rejeição do candidato/prefeito e as pesquisas de opinião referentes à administração de Beto Richa. Os índices de rejeição de Richa, segundo pesquisa IBOPE, durante todo período eleitoral não chegaram a dois dígitos, enquanto que a rejeição da sua principal adversária, a candidata do PT, não baixou de 20%, chegando às vésperas da eleição com 4% a mais de rejeição do que quando começara (gráfico 2).

Gráfico 2 : Índice de rejeição eleição 2008- IBOPE



Fonte: Pesquisa IBOPE – 05/10/2008

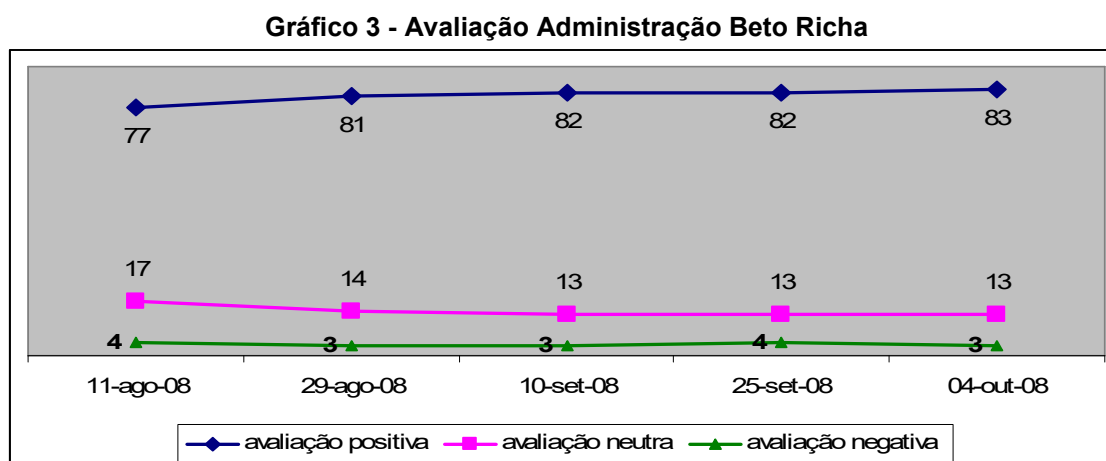
Beto Richa foi considerado o melhor prefeito do Brasil em setembro de 2007 e em julho de 2008, segundo pesquisas do Instituto Brasmarket, além de liderar o ranking de melhor prefeito segundo pesquisa DataFolha divulgada em 17/12/2007³. Esses resultados foram amplamente divulgados antes do início do período eleitoral oficial e viraram o mote do PSDB durante o HGPE.

A pesquisa DataFolha de setembro 2008 indicava que a avaliação da administração de Beto Richa, desde de novembro de 2007, era considerada entre ótima e boa para cerca de 75% dos eleitores curitibanos, chegando às

³ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1712200720.htm>

vésperas da eleição a 80% de avaliação positiva. No gráfico 3, segundo pesquisa IBOPE, é possível perceber que a avaliação positiva ao longo da campanha teve uma curva crescente de 6%.

Devido a esse alto índice de aprovação, a campanha de Beto Richa recebeu enorme adesão de siglas partidárias, inclusive daquelas formadas por ex-adversários. A coligação “Curitiba – o Trabalho Continua”, foi formada por onze partidos, dos quais, além do PSDB e do PSB (partido do vice Luciano Ducci), contou com o apoio do PP, PSL, PDT, DEM, PPS, PR, PSDC, PRP e PTN. E essa grande aliança proporcionou ao candidato Beto Richa onze minutos e quarenta e sete segundos em cada inserção do HGPE.



Fonte: Pesquisa IBOPE – 05/10/2008

O PT, que havia se consolidado como o principal partido de oposição na capital paranaense devido ao seu desempenho nas eleições de 2000 e 2004, lançou pela coligação “Curitiba Para Todos” (composto pelos partidos: PT, PTC, PHS, PMN, PRB e PSC) a candidatura de Gleisi Hoffmann⁴. A candidata, apesar de não ter vencido em 2006 a campanha para o Senado Federal, teve um excelente desempenho, recebendo 45,14% dos votos válidos, perdendo a

⁴ Gleisi Hofmann é casada com o Ministro do Planejamento, Orçamento e Gestão Paulo Bernardo Silva. Filiada ao PT há 20 anos, especializou-se em Gestão de Organizações Públicas e Administração Financeira. Foi secretária de Estado no Mato Grosso do Sul e de Gestão Pública em Londrina no Paraná. Integrou, em 2002, a equipe de transição de governo do presidente Lula, ao lado da ministra Dilma Rousseff. Ocupou cargo de diretora financeira da Itaipu Binacional. Em 2006, foi candidata do PT ao Senado Federal pelo Paraná. Em 2008, tornou-se candidata do partido (PT) à prefeitura de Curitiba. Atualmente, é presidente do PT/PR.

cadeira no Senado por uma pequena margem para o ex-governador Álvaro Dias que obteve 50,50% dos votos válidos.

O Governador Roberto Requião e o PMDB optaram nessa campanha por não apoiar o PT no primeiro turno e lançaram uma chapa pura. O candidato escolhido pelo partido foi o ex-reitor da Universidade Federal do Paraná, Carlos Augusto Moreira Junior, o “Reitor Moreira”, como ficou conhecido durante a campanha.

A campanha de 2008 em Curitiba teve ainda como candidatos: Mauricio Furtado (PV), Ricardo Gomyde (PC do B), Fabio Camargo (coligação “Uma Só Curitiba” – PTB, PRTB), Bruno Meirinho (coligação “Frente de Esquerda Curitiba” – PSOL, PCB e PSTU) e Lauro Rodrigues (PT do B).

A vantagem apontada pelas pesquisas de opinião desde o final de 2007 se confirmou já no primeiro turno. Os resultados das urnas sancionaram a reeleição de Beto Richa com 77,27% dos votos válidos, contra 18,17% da candidata petista Gleisi Hoffmann e 1,9% do candidato apoiado pelo Governador Roberto Requião.

II – AS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS

Uma importante estratégia discursiva nas campanhas eleitorais está associada à dimensão temporal. Os candidatos tendem a elaborar um desenho sobre o mundo passado/presente e sobre o mundo futuro conforme a posição que ocupam na disputa eleitoral (oposição/desafiante ou situação/mandatário). Figueiredo indica que esta narrativa é ficcional, mas, deve ser plausível (FIGUEIREDO, 1998), não existe espaço para manipulações grosseiras. Um candidato de situação tende a lançar mão de uma estratégia discursiva marcada pela continuidade administrativa, o que implica em enfatizar a dimensão do passado recente e do presente e conferir-lhes uma valência positiva. A narrativa típica do candidato de situação inclui a afirmação de um futuro ainda melhor caso ele seja reconduzido ao cargo.

O típico candidato de oposição, por sua vez, traça uma estratégia discursiva onde a mudança é valorizada. Desta perspectiva o mundo passado e

presente são apresentados como ruins enquanto o futuro é desenhado como melhor caso ele seja o vencedor da disputa (FIGUEIREDO, 1998).

O quadro 1 permite uma comparação quanto à dimensão temporal da estratégia discursiva dos candidatos do PT e do PSDB nas eleições de 2004 e 2008 no aspecto qualitativo da observação.

Quadro 1 – Estrutura dos discursos do PT e do PSDB

Dimensão Temporal	2004		2008	
	Ângelo Vanhoni – PT	Beto Richa – PSDB	Gleisi Hoffmann – PT	Beto Richa – PSDB
Mundo atual	Regular. A cidade é boa para se viver. Mas as comunidades foram abandonadas nos 16 anos de administração dos urbanistas.	Regular. A cidade é boa para se viver. Mas é preciso cuidar mais das pessoas.	Regular. Uma das melhores cidades do país. Porém, Curitiba tem que avançar ou ficará parada no tempo.	Boa. A cidade foi bem cuidada nos últimos anos. Melhorou em todas as áreas. É preciso melhorar ainda mais.
Mundo futuro	Prioridade para os bairros. Realização de grandes projetos na área de segurança. Mais atenção para a área social, particularmente para a saúde.	Cuidar de toda a cidade, dos bairros e do centro. Mais atenção para a área social: particularmente para a saúde.	É possível fazer mais pelas pessoas. Acabar com as filas na saúde, implantar metrô (parceria com o governo federal), guarda comunitário e sistema municipal de aprendizagem.	Melhorar ainda mais nas áreas: da saúde, infra-estrutura e saneamento básico, segurança pública e educação. Criação do metrô (parceria com o governo federal).
O que fazer	Realização de grandes projetos com ajuda dos governos estadual e federal. Uma grande aliança por Curitiba.	Melhoria com pé no chão, com um novo olhar para a cidade.	Melhorar administração revertendo o gasto desnecessário em propaganda para investimentos nas pessoas.	Continuar com a atual administração. Fazer mais audiências públicas visando maior aproximação da prefeitura com os cidadãos.
Garantia	Trânsito político: A proximidade com os governos federal e estadual. Personalismo: trajetória de superação como deficiente físico.	Personalismo: Ligação com o pai, valores morais, experiência administrativa.	Personalismo: Mulher, especializada em gestão pública. Grupo político: Proximidade com o governo federal	Experiência Administrativa: Eleito o melhor prefeito do país. Experiência administrativa comprovada.

Na disputa de 2004 os principais candidatos ao abordarem o mundo atual não formularam discursos típicos de situação e oposição. A observação dos programas veiculados no HGPE não indica a presença de um discurso oposicionista do PT, o programa televisivo de Vanhoni oscilou entre afirmar que o passado/presente era bom e regular. Tal estratégia se explica, em grande parte, pela posição ambígua do candidato Beto Richa naquele pleito, como já abordamos anteriormente no contexto das eleições. Diante deste quadro, onde Richa não tinha um vínculo claro com a situação, o PT não se esforçou para associar um mundo presente ruim ao candidato do PSDB. Como Bertoldi, o candidato da situação, não ameaçou eleitoralmente os dois principais concorrentes a estratégia discursiva sobre o passado e o presente ficou desfocada. É necessário acrescentar que a herança técnica e política do lernismo tornou difícil desafiar a representação da cidade como boa e bem resolvida. Aliás, Vanhoni fizera uma boa campanha em 2000 sem atacar a boa imagem da cidade.

No pleito de 2008 a história foi parecida, predominou na campanha televisiva do PT o desenho do ‘mundo atual’ como positivo, a cidade foi descrita como ‘uma das melhores do país, com traçado moderno’, mas, que viveria uma ‘situação limite’, exigindo atitudes corretas para não perder a qualidade de vida. Este cenário, onde o PT não enuncia um discurso típico de desafiante a respeito do mundo atual e o PSDB faz um papel ambíguo em 2004 é confirmado pelos dados quantitativos (Tabelas 1 e 2)⁵.

Tabela 1 – Dimensão temporal

Variáveis	Categoria	PT		PSDB	
		2008	2004	2008	2004
Dimensão temporal	Passado/presente	83,6	47,3	88,5	56,9
	Futuro	15,7	34,7	11,3	24,0
	Indefinido	0,7	18,0	0,2	19,1

Fonte: NPCPOP- UFPR⁶

⁵ Em 2004 o ‘N’ do PT foi de 644 registros enquanto o do PSDB ficou em 669. Em 2008 o PT de Gleisi Hoffmann gerou 299 registros no seu HGPE e o PSDB de Beto Richa fez 1046 registros. A discrepância entre as duas eleições está associada, principalmente, ao fato de não ter ocorrido segundo turno em 2008. Também é preciso considerar que o programa do PSDB tinha maior duração e, finalmente, foi mais fragmentado.

⁶ Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública – UFPR.

Na campanha de Richa, em 2004 a elaboração do discurso sobre o mundo passado e presente ficou numericamente abaixo de 2008 quando o candidato estava claramente identificado com a situação, pois, buscava a reeleição. Contudo, existiu um predomínio desta dimensão sobre o discurso em relação ao futuro nas duas campanhas de Richa, o que é confirmado pela correlação estatística positiva⁷. No caso do PT, a variação entre as duas eleições foi bem maior neste quesito. Em 2008, a propaganda de Gleisi enfatizou muito mais a dimensão do passado/presente no seu discurso do que Vanhoni fizera quatro anos antes. Ao se observar, entretanto, a valência da dimensão temporal (Tabela 2) verifica-se a ausência nos dois pleitos, e em especial em 2008, de uma estratégia típica de oposição por parte do PT. Pois, predominou com ampla vantagem a valência positiva sobre as dimensões temporais, ainda que, em determinados momentos isolados o PT tenha se referido negativamente sobre o 'mundo atual'. O típico papel de oposição foi exercido por candidatos de pequenos partidos em 2004 e por Moreira (PMDB) em 2008, postura que não rendeu sucesso eleitoral em nenhuma das candidaturas.

Tabela 2 – Valência da dimensão temporal

Variável	Categoria	PT		PSDB	
		2008	2004	2008	2004
Valência Dimensão temporal	Positiva	42,5	52,7	39,3	60,5
	Negativa	4,0	15,3	0,3	7,0
	Neutra	53,5	32,0	60,4	32,6

Fonte: NPCPOP- UFPR

É possível observar também que em 2004 os candidatos dedicam mais espaço ao discurso sobre o futuro do que em 2008. E o discurso sobre o futuro na primeira eleição não possibilitou uma clara distinção entre os dois principais candidatos. O PT manteve a tática de outros pleitos ao anunciar a preservação do que a cidade tinha de bom e prometer atenção à comunidade com ampliação de políticas sociais, especialmente na área da saúde e investimentos em

⁷ O quadro com o conjunto das variáveis e as correlações estatísticas encontra-se em anexo.

segurança, além de grandes projetos em parceria com os governos estadual e federal. O PSDB incorporou a bandeira do social enfatizando a atenção aos bairros e à saúde.

Em 2008 o cenário é semelhante quanto ao discurso sobre o futuro, as promessas e projetos giraram em torno dos temas: saúde, segurança e infraestrutura sem que possibilitassem uma clara distinção entre as candidaturas. Questões ideológicas ou ligadas à tradição dos partidos praticamente não apareceram. Não é possível identificar, portanto, em nenhum dos pleitos posições claras de PT e PSDB no espectro político, a maior parte do tempo o discurso se pautou mais pela semelhança do que pela diferença.

Sem uma clara distinção entre as candidaturas no enunciado sobre a dimensão temporal a tendência é a valorização discursiva das 'garantias' sobre a realização do bom governo. As observações a partir da audiência, (vide quadro 1), indicam um apelo ao discurso personalista nos dois pleitos como estratégia para convencer o eleitor sobre suas garantias. Paralelamente, Vanhoni lançou mão da associação com os governos estadual e federal e Richa lembrou a herança política paterna. Em 2008 Gleisi e Richa também mencionaram, ainda que com brevidade, a competência administrativa, sendo que a candidata do PT fez referências, também, ao seu grupo político.

Tabela 3 – Estratégias discursivas

Variáveis	Categoria	PT		PSDB	
		2008	2004	2008	2004
Estratégias discursivas	Uso do cargo	1,7	0,8	3,6	0,6
	Postura acima da briga	92,3	93,6	99,7	94,2
	Assoc. à adm. em disputa	4,3	0	2,8	0,3
	Endosso de Líder político	3,7	8,3	0	4,9
	Endosso de Patrono político	3,7	0	0	0
	Menção a partido ou coligação	2,7	2,2	0,2	1,4
	Apelo a mudanças	14,4	26,9	0	7,5
	Ataque à adm. em curso	3,3	5,8	0	0,9
	Ataque a adversários	0,3	5,3	0,1	4,3

Fonte: NPCPOP- UFPR

Os dados acima sobre a estratégia discursiva (Tabela 3) indicam que o PT lançou mão do endosso de lideranças como garantia nos dois pleitos, mas,

com destaque para 2004. Já o PSDB usou este recurso só em 2004. Quanto ao endosso de patrono, foi uma ferramenta que só o PT utilizou e exclusivamente em 2008. Aliás, existe uma correlação estatística significativa na estratégia do PSDB em não usar o endosso de patrono tanto no primeiro quanto no segundo pleito. Diante destes dados é correto afirmar que a principal garantia oferecida pelos candidatos nos seus discursos televisivos esteve associada ao personalismo. É possível vincular esta estratégia ao destaque dado pelos discursos à imagem dos candidatos nos dois pleitos (Tabela 4 – abaixo), mas, com vantagem para a eleição de 2008.

Tabela 4 – Imagem

Variável	Categoria	PT		PSDB	
		2008	2004	2008	2004
Imagem	Cidade e região metropolitana	0,7	9,4	0	8,1
	Candidato	39,1	18,3	34,0	19
	Partido	5,4	0	0,5	2,1
	Eleitor	0,7	2,2	0,5	2,8

Fonte: NPCPOP- UFPR

Deve-se frisar que foram poucas as correlações estatísticas significativas na comparação entre as duas eleições. Além das correlações associadas à dimensão temporal e ao endosso de patrono para o caso do PSDB, já mencionadas, só foi possível observar o mesmo fenômeno em apenas mais duas variáveis. A correlação significativa apareceu na estratégia discursiva do PT quanto à variável ‘apelo à mudança’, neste caso é possível afirmar que a estratégia foi valorizada e se repetiu nos dois pleitos.

A outra correlação significativa aparece também nas campanhas do PT quanto à variável tema (Tabela 5 – próxima) com destaque para a saúde pública⁸. Significa dizer que as campanhas não se pautaram por posturas partidárias claras, estrategicamente desenhadas a partir de posições ideológicas manifestas ou de programas partidários de longo prazo. A disputa parece ter obedecido mais a uma lógica conjuntural. As estratégias discursivas das

⁸ É possível questionar esta estratégia do PT, pois, a política pública de saúde vem recebendo um destaque positivo nas últimas administrações municipais, inclusive, esta dimensão conta com uma significativa participação da sociedade em arenas decisórias como o conselho e as conferências.

candidaturas atenderam, principalmente, as circunstâncias de cada contexto eleitoral, com ênfase no personalismo.

Tabela 5 – Temas Predominantes

Variável	Categoria	PT		PSDB	
		2008	2004	2008	2004
Tema	Segurança Pública	2,3	13,6	3,6	5,6
	Saúde	10,7	10,8	5,7	5,6
	Educação	3,7	5,3	6,4	1,4
	Infraestrutura e saneamento básico	1,7	1,4	8,5	0
	Economia	1,0	0	3,3	1,1
	Desenvolvimento urbano, planejamento urbano	0,3	1,9	5,4	0,4
	Esporte, cultura, lazer	2,7	1,1	4,0	0
	Transporte	3,0	3,1	5,6	0,4
	Emprego	0,3	1,4	0,8	1,8
	Orçamento	0,7	0	0,2	10,2
	Criança	0,7	1,9	0,3	1,1
	Idoso	0	1,1	1,3	2,1
	Funcionalismo	0	0,8	0,1	0,4
	Mulher	1,7	0,6	0	2,8
	Cardápio/variedade de políticas públicas	7,0	5,8	6,7	1,8

Fonte: NPCPOP- UFPR

Outro dado que indica a proximidade das estratégias discursivas dos candidatos do PT e do PSDB nas duas eleições diz respeito à ‘postura acima da briga’ (Tabela 3). Esse recurso foi intensamente utilizado por todos os candidatos das duas siglas indistintamente. Simetricamente a esta atitude são baixos os índices referentes às estratégias de ‘ataque à administração em curso’ e ‘ataque a adversários’. Em 2004 o PSDB procurou se desvincular da administração que Richa fora vice, mas, não chegou ao ponto de atacá-la. O PT, por sua vez, usou muito pouco esta estratégia em 2004 e quase nada em 2008. A percepção de que o discurso ideológico e partidário foi pouco, ou quase nada, valorizado se confirma com os baixos índices referentes à estratégia ‘menção a partido ou coligação’ (Tabela 3).

A respeito da estratégia ‘atributo do candidato’ (Tabela 6) é necessário destacar o uso, quase exclusivo, feito pela candidata Gleisi Hoffmann do PT em 2008, do discurso ‘pessoal’, deixando praticamente ausente o perfil ‘administrativo’ e, sobretudo, o ‘político’. A estratégia petista em 2008 foi

diferente, Vanhoni priorizou o seu perfil político. Richa em 2008 valorizou nesta estratégia o atributo 'político' se contrapondo à Gleisi, contudo, em 2004 apresentou uma estratégia mais equilibrada com ligeira ênfase no atributo pessoal.

Tabela 6 – Atributo do candidato

Variável	Categorias	PT		PSDB	
		2008	2004	2008	2004
Atributo do candidato	Pessoal	90,6	32,3	31,5	53,4
	Político	3,4	50,0	59,8	38,5
	Administrativo	6,0	17,7	8,7	8,1

Fonte: NPCPOP- UFPR

De certo modo os dados sobre a 'retórica' discursiva (Tabela – 7) complementam aqueles referentes ao 'atributo do candidato'. É possível afirmar, por exemplo, que a estratégia de Gleisi em 2008 enfatizou um perfil pessoal associado, predominantemente, à retórica da sedução em detrimento da crítica, proposição e, principalmente, a referência a valores ou ameaças. Neste aspecto ela estava em consonância com a estratégia de Richa que, naquele pleito, também supervalorizou a retórica da sedução. As candidaturas do PT e do PSDB em 2004 usaram uma estratégia retórica mais equilibrada do que em 2008, com destaque para o recurso à sedução e à proposição.

Tabela 7- Retórica PT e PSDB

Variável	Categorias	PT		PSDB	
		2008	2004	2008	2004
Retórica	Sedução	65,9	45,0	83,0	42,8
	Proposição	14,4	41,4	16,0	45,7
	Crítica	18,7	10,0	0,5	3,8
	Valores	0,7	3,6	0,6	7,8
	Ameaça	0,3	0	0	0

Fonte: NPCPOP- UFPR

Até aqui foram analisadas as características internas dos programas eleitorais dos dois principais partidos que disputaram as eleições para a prefeitura de Curitiba em 2004 e 2008. Foi demonstrado como em vários aspectos tanto PT quando PSDB se utilizaram de estratégias similares para

apresentarem seus candidatos aos eleitores. A questão é saber o quanto essas estratégias foram bem sucedidas. Para fazer essa análise, a partir do próximo tópico são apresentados resultados de testes estatísticos de séries temporais para as duas disputas. Usam-se resultados de pesquisas de intenção de voto para, em modelos autoregressivos, verificar se houve ou não impacto do início do HGPE na aprovação dos candidatos pelos eleitores. Em caso de existência desse impacto, mede-se em que direção ele ocorreu, se positiva ou negativa.

III - HGPE E INTENÇÃO DE VOTO

O objetivo deste tópico é identificar possíveis impactos do início do HGPE no desempenho eleitoral dos dois principais candidatos a prefeito de Curitiba em 2004 e 2008. Com isso, espera-se complementar a discussão anterior, ampliando a explicação das características internas dos programas eleitorais, para possíveis relações com a preferência eleitoral durante as disputas para a prefeitura de Curitiba nas duas eleições. Para tanto, foram utilizadas informações de pesquisas de opinião sobre intenção de voto do período pré-eleitoral até os dias das eleições. Em 2004 são identificadas as intenções de voto nos dois principais candidatos: Beto Richa (PSDB) e Angelo Vanhoni (PT). As intenções de voto em todos os demais concorrentes que não passaram ao segundo turno foram agrupadas na categoria “outros”. Em 2008, da mesma forma, são aferidas as intenções de voto nos dois mais votados: Beto Richa (PSDB) e Gleisi Hofmann (PT). Os demais foram agrupados em “outros”.

Como não há disponibilidade pública de pesquisas de intenção de voto diárias, utilizaram-se resultados de pesquisas feitas pelos institutos Ibope e Datafolha entre os meses de julho e outubro de cada eleição. Para gerar uma série temporal, as datas entre cada pesquisa foram preenchidas pelo método de interpolação linear. Isso faz com que os valores em determinado período de tempo apresentem grande dependência do período anterior, inviabilizando qualquer tentativa de utilização de técnicas de análise temporal para predição. Porém, este não é o caso aqui, nossa pretensão é identificar possíveis efeitos ao longo do tempo a partir da entrada de um novo evento no processo eleitoral, que é o HGPE. Assim como não se pretende assumir que os valores interpolados entre duas pesquisas de intenção de voto representem a realidade,

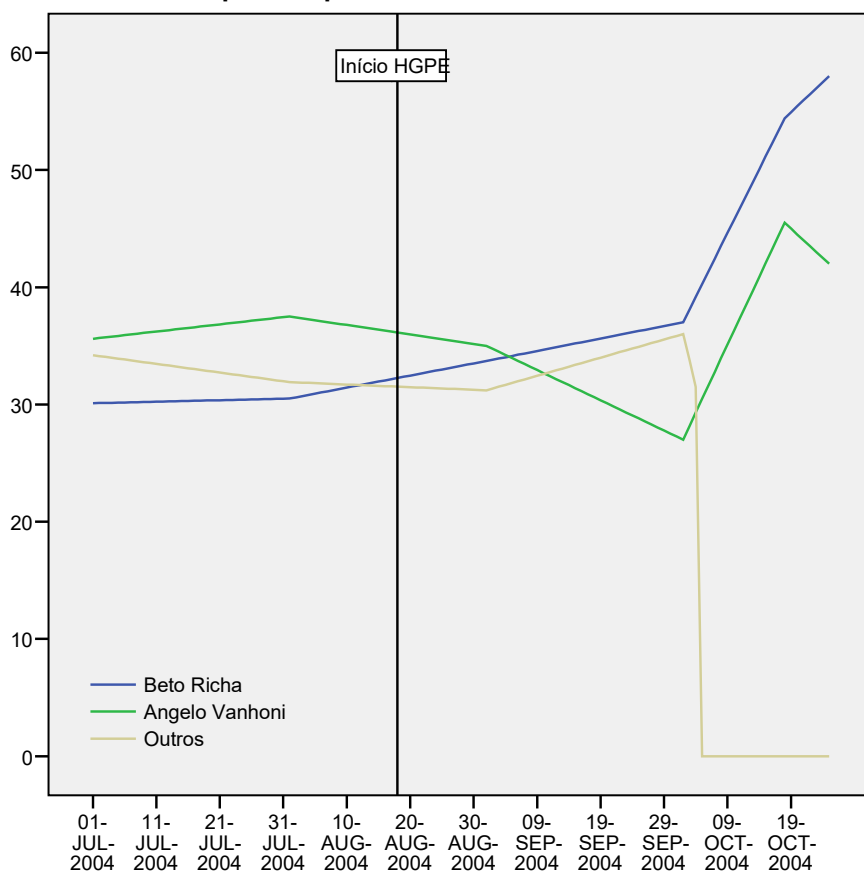
visto que são representações construídas matematicamente. Como não se quer analisar um ponto específico, mas sim o conjunto das variações ao longo da campanha; antes e durante a vigência do HGPE, a interpolação linear torna-se uma alternativa adequada para geração de séries temporais. A hipótese a ser testada aqui é que o HGPE apresentou impactos específicos em cada uma das principais candidaturas à prefeitura de Curitiba e também teve conseqüências específicas entre as disputas de 2004 e 2008. Enquanto em 2004 as intenções de voto variaram mais e a disputa foi decidida em segundo turno, em 2008 as variações ao longo do período foram menores, com decisão já no primeiro turno.

Além dos dados de intenção de voto, os períodos em análise foram divididos em duas partes: antes do início e durante a exibição do HGPE. Assim, usam-se técnicas de autoregressão, que consideram o efeito de um evento na mudança da tendência de uma variável em dois períodos de tempo, para testar os efeitos conjuntos de duas variáveis explicativas sobre as variações de intenção de voto de cada um dos principais candidatos. Uma das variáveis explicativas é dicotômica: o próprio HGPE. A partir da data de início da veiculação do horário eleitoral essa variável recebe código 1 (presença); antes dessa data o código é zero (ausência). A outra variável explicativa para as transformações nas intenções de voto dos candidatos é a evolução do desempenho eleitoral do principal adversário dele. Assim, parte-se do pressuposto que existe um efeito conjunto ao longo do tempo entre o início do HGPE e a quantidade de intenção de votos do principal adversário na eleição. Para outras informações sobre falhas nas análises de séries temporais e utilização das técnicas para analisar a intervenção de variáveis exógenas, no caso deste trabalho, o desempenho eleitoral de um candidato, ver CERVI (2008).

O gráfico 4 a seguir mostra as curvas de intenção de voto para a eleição de 2004 em Curitiba. Percebe-se a partir dele uma grande variação entre as três retas. O candidato Beto Richa, por exemplo, no início da disputa, estava abaixo de Ângelo Vanhoni e da somatória dos demais concorrentes. Há uma leve tendência de crescimento de Richa, que consegue ultrapassar a somatória dos demais candidatos pouco antes do início do HGPE, segundo o modelo utilizado. Ainda assim, se encontra abaixo de Vanhoni quando o horário

eleitoral tem início. A partir de então Richa cresce mais rapidamente, acompanhado da linha de “outros”. Em contrapartida Vanhoni apresenta queda contínua até o final do primeiro turno. A partir do início de outubro e até a última semana antes do segundo turno, Richa e Vanhoni crescem praticamente na mesma proporção, até que o último comece a apresentar uma queda pouco antes da votação final.

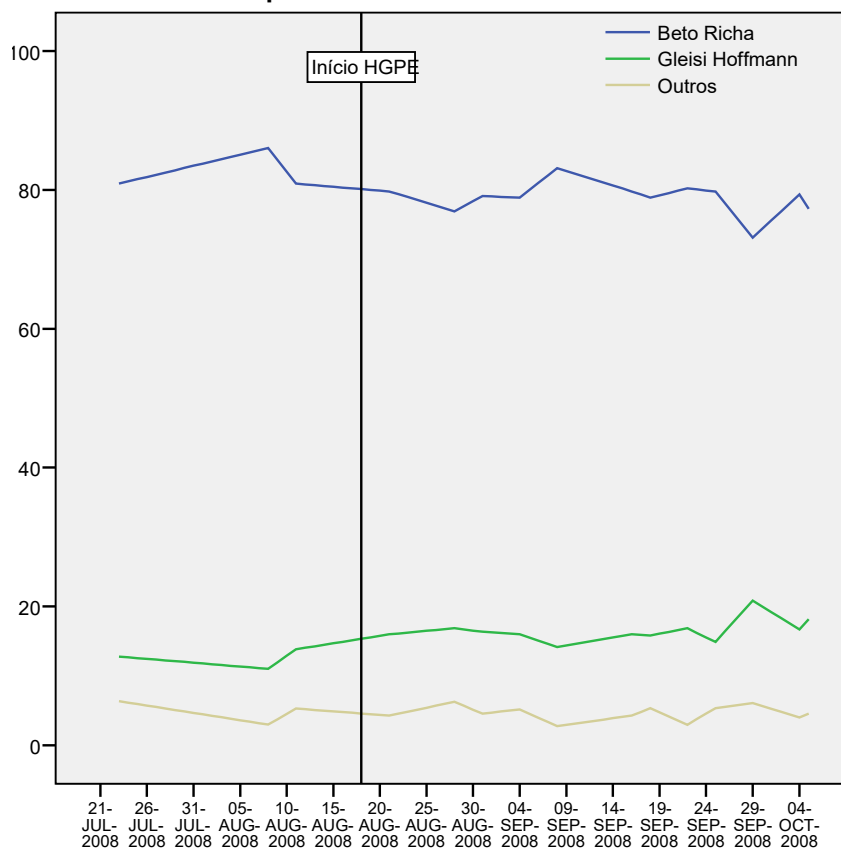
Gráfico 4 – Séries temporais das intenções de voto para disputa da prefeitura de Curitiba em 2004



Já em 2008 (Gráfico 5), o modelo por interpolação das pesquisas de intenção de voto mostra uma dinâmica bastante distinta na disputa pela prefeitura de Curitiba. As três retas: de Beto Richa, Gleisi Hofmann e outros se apresentam muito estáveis ao longo de todo o período. Beto Richa, que começa a campanha com cerca de 80% das intenções de voto, apresenta leve crescimento até o final de julho, quando a curva começa a apresentar uma queda. A partir do início do HGPE a tendência de leve decréscimo se mantém,

permitindo ao candidato chegar ao final do primeiro turno com 77% de votos válidos.

Gráfico 5 – Séries temporais das intenções de voto para disputa da prefeitura de Curitiba em 2008



A principal oponente de Richa em 2008, candidata do PT, iniciou a campanha em queda e também, no início de agosto, reverteu a tendência. Gleisi Hofman manteve leve crescimento – com variações na maioria das vezes dentro da margem de erro – até a segunda quinzena de setembro, quando mostrou oscilações mais acentuadas. Assim como os dois principais concorrentes, os outros também se mostraram com poucas oscilações do início ao fim da disputa, ficando sempre em torno de 10% das intenções de voto.

Para complementar a análise das tendências e do efeito do HGPE nas disputas, os quadros a seguir apresentam as principais estatísticas autoregressivas de séries temporais. Os quadros subsequentes apontam os impactos de três variáveis explicativas sobre uma dependente, esta última sempre é o percentual de intenção de voto em cada um dos dois principais

candidatos nas disputas de 2004 e 2008. As variáveis independentes são, sempre, uma constante gerada pelo pacote estatístico de análise de séries temporais *Eviews*, representada pela letra “C”; a variável dicotômica HGPE (ausência ou presença dos programas eleitorais ao longo do período pré e eleitoral; e o percentual de votos ao longo do tempo do principal adversário do candidato em análise). Dispensa-se o uso do coeficiente de autoregressão (AR1) por se tratar de séries completadas pela interpolação, o que – por natureza – gera uma regressão significativa.

No quadro 2 abaixo são apresentados os resultados para a disputa de 2004. A primeira parte indica os testes utilizando como variável dependente os percentuais de voto ao longo do tempo de Beto Richa. Como a eleição foi disputada em dois turnos, o período compreendido entre a primeira pesquisa de intenção de votos e a segunda votação é de 117 dias, o que faz o modelo incluir 117 observações. No que diz respeito às estatísticas do modelo, a Estatística F (no final da primeira parte do quadro) em 134,5 com significância alfa em 0,000 indica que há relação entre as variáveis incluídas na explicação. Por outro lado, a estatística de Durbin-Watson muito baixa, 0,071, mostra que existe dependência temporal entre os valores, como já antecipado acima, por se tratar de uma série temporal produzida a partir da interpolação de valores para preencher as ausências de pesquisas. Uma estatística ainda em relação ao modelo como um todo, antes de analisar a ação das variáveis independentes sobre a dependente, é o R². Este coeficiente mostra quanto que o modelo é capaz de explicar das variações ao longo do tempo da variável dependente. No caso de Beto Richa o coeficiente fica em 0,702, o que equivale a 70,2% de explicação, o que permite dar continuidade à análise.

Quanto ao impacto individual de cada variável independente sobre as intenções de voto de Beto Richa, percebe-se que todas elas apresentam níveis de significância bem abaixo do limite crítico, ficando em 0,000 para HGPE e intenção de voto em Vanhoni; e 0,001 para a Constante. No caso dessa última, a estatística “t” apresenta sinal negativo, apontando que durante o período analisado Beto Richa apresentou uma queda nas intenções de voto maior do que crescimento. No entanto, as outras duas variáveis apresentam estatística “t” e coeficiente positivos, ou seja, os percentuais de voto em Beto Richa

cresceram a partir do início do HGPE e junto com o crescimento da preferência por Vanhoni. Isso se explica porque ambos ganharam eleitores que no início da disputa pretendiam votar em outros concorrentes. Porém, os coeficientes apresentam valores bastante distintos. Enquanto que para HGPE ele fica em 11,3, em Vanhoni é de apenas 1,1. Com isso, é possível afirmar que o efeito positivo do horário eleitoral foi muito maior na campanha de Beto Richa do que o crescimento de Vanhoni nas intenções de voto.

Quadro 2 – Estatísticas de análise temporal para desempenho de Beto Richa e Angelo Vanhoni em 2004

Variável dependente: BETO RICHA 2004				
Observações incluídas: 117				
Variável	Coeficiente	Erro padrão	Estatística t	Prob.
C	-12.57412	3.711617	-3.387775	0.0010
HGPE	11.34075	0.806526	14.06122	0.0000
VANHONI	1.179768	0.099976	11.80052	0.0000
R-squared	0.702471	Mean dependent var		35.88889
Adjusted R-squared	0.697251	S.D. dependent var		7.533612
S.E. of regression	4.145188	Akaike info criterion		5.707080
Sum squared resid	1958.815	Schwarz criterion		5.777905
Log likelihood	-330.8642	F-statistic		134.5781
Durbin-Watson stat	0.071721	Prob(F-statistic)		0.000000
Variável dependente: VANHONI 2004				
Observações incluídas: 117				
Variável	Coeficiente	Erro padrão	Estatística t	Prob.
C	22.35353	1.267691	17.63326	0.0000
HGPE	-6.224580	0.602325	-10.33425	0.0000
RICHA	0.466071	0.039496	11.80052	0.0000
R-squared	0.579953	Mean dependent var		35.40940
Adjusted R-squared	0.572583	S.D. dependent var		3.985166
S.E. of regression	2.605387	Akaike info criterion		4.778346
Sum squared resid	773.8364	Schwarz criterion		4.849171
Log likelihood	-276.5332	F-statistic		78.69896
Durbin-Watson stat	0.066330	Prob(F-statistic)		0.000000

Quanto ao modelo explicativo das variações de intenção de voto de Ângelo Vanhoni (segunda parte do quadro 2), a estatística F mostra-se significativa, em 0,000, e com coeficiente em 78,69 – abaixo do modelo de Beto Richa, mas ainda assim bastante consistente. A estatística de Durbin-Watson baixa, em 0,06, indica dependência entre as observações ao longo do tempo. O R2 do modelo de Vanhoni é menor que o anterior, ficando em 0,579, ou 57,9% de poder explicativo. Isso significa que outras variáveis, além das consideradas

aqui, tiveram impacto no desempenho de Vanhoni – o que se percebeu em menor grau no caso de Beto Richa.

Quanto ao impacto das variáveis explicativas sobre as intenções de voto de Vanhoni, as três apresentam nível de significância aceitável, todas em 0,000; e as estatísticas “t” da constante e de Richa são positivas. As intenções de voto em Vanhoni cresceram ao longo da campanha em geral e também apresentaram aumento na mesma direção de Beto Richa. Isso significa que a campanha ajudou a polarizar a disputa, transferindo voto dos “outros” concorrentes aos dois principais. No entanto, a principal diferença está no impacto da variável HGPE. No caso de Vanhoni esse impacto foi negativo, ou seja, a partir do início do horário eleitoral, os percentuais de voto do candidato passaram a apresentar tendência mais acentuada de declínio ao longo do tempo.

Aplicando os mesmos modelos para os dois principais candidatos em 2008, como só houve primeiro turno, o número de observações cai para 75, que representa o espaço temporal entre a publicação da primeira pesquisa de intenção de votos considerada aqui e a data da votação. Para a explicação do comportamento das intenções de voto de Beto Richa, o modelo mostra-se significativo, com estatística F em 361,1 (sig. 0,000), a estatística Durbin-Watson continua baixa, como esperado, mas o que aumenta muito é o R². Segundo o modelo abaixo, as variáveis incluídas explicam cerca de 90% das variações de Beto Richa, bastante superior à disputa anterior. Sobre o impacto das variáveis explicativas, todas continuam significativas, com prob. Abaixo de 0,050. Porém, a variável HGPE é a que apresenta a significância mais próxima do limite crítico, em 0,0143. O coeficiente é positivo, porém, muito baixo (0,909) indicando reduzido impacto do início do HGPE nas intenções de voto de Beto Richa. A variável explicativa mais forte foi a de Gleisi Hoffman, com coeficiente negativo, ou seja, Beto Richa apresentou ganhos diretamente relacionados com as quedas de Hoffman ao longo do período eleitoral.

Quadro 3 – Estatísticas de análise temporal para desempenho de Beto Richa e Gleisi Hoffman em 2008

Variável dependente: BETO RICHA 2008				
Observações incluídas: 75				
Variável	Coeficiente	Erro padrão	Estatística t	Prob.
C	99.65994	0.974368	102.2816	0.0000
HGPE	0.909562	0.362201	2.511209	0.0143
GLEISI	-1.311955	0.077321	-16.96771	0.0000
R-squared	0.909363	Mean dependent var	80.71907	
Adjusted R-squared	0.906845	S.D. dependent var	2.764304	
S.E. of regression	0.843700	Akaike info criterion	2.537138	
Sum squared resid	51.25173	Schwarz criterion	2.629838	
Log likelihood	-92.14269	F-statistic	361.1892	
Durbin-Watson stat	0.201070	Prob(F-statistic)	0.000000	
Variável Dependente: GLEISI 2008				
Observações incluídas: 75				
Variável	Coeficiente	Erro padrão	Estatística t	Prob.
C	63.25330	2.997162	21.10440	0.0000
HGPE	1.333467	0.203997	6.536705	0.0000
BETO	-0.609736	0.035935	-16.96771	0.0000
R-squared	0.938137	Mean dependent var	14.87160	
Adjusted R-squared	0.936419	S.D. dependent var	2.281052	
S.E. of regression	0.575174	Akaike info criterion	1.770891	
Sum squared resid	23.81945	Schwarz criterion	1.863591	
Log likelihood	-63.40843	F-statistic	545.9328	
Durbin-Watson stat	0.260295	Prob(F-statistic)	0.000000	

No caso da candidata do PT, o modelo como um todo também se mostra significativo, com estatística F em 545,9 (sig. 0,000), estatística Durbin-Watson reduzida mostrando dependência entre dois pontos no tempo e R2 bastante alto, em 0,938, um pouco acima de Beto Richa. Sobre o impacto das variáveis explicativas, todas se mostraram significativas, com impacto positivo do HGPE e negativo, em menor proporção, das intenções de voto de Beto Richa. Aqui, percebe-se uma inversão em relação ao outro candidato analisado. Para o desempenho de Gleisi, o HGPE teve um impacto mais significativo que o desempenho de Richa, enquanto que para este o maior impacto foi o desempenho da adversária e menos do HGPE.

Estes quatro modelos regressivos de séries temporais mostram duas coisas importantes: a primeira é que o impacto da propaganda eleitoral que pode ser medido é variável para os candidatos analisados. O segundo é que a explicação sobre o impacto do HGPE precisa ser tomada a partir da ação conjunta de outras variáveis, tal como o desempenho do principal adversário na disputa. A respeito dos casos analisados, percebe-se que o candidato que

disputou as duas eleições, Beto Richa, conseguiu efeitos positivos nas intenções de voto a partir do início do HGPE. No entanto, não houve uma linearidade desses efeitos. Enquanto em 2004 o horário eleitoral teve um impacto muito maior que o principal adversário, em 2008 percebe-se uma inversão. Já em relação aos candidatos do PT é possível notar efeitos opostos, pois em 2004 o impacto do HGPE sobre a campanha de Vanhoni foi negativo, enquanto que em 2008, para Gleisi, foi positivo.

IV - CONCLUSÃO

As informações sobre os contextos eleitorais de 2004 e 2008 em Curitiba foram importantes para o entendimento das estratégias eleitorais adotadas pelos principais candidatos. Em 2004 Richa desvinculou-se do cargo de vice-prefeito e rompeu com o prefeito poucos meses antes da eleição, tal fato contribuiu para que o candidato do PSDB não adotasse uma postura típica de mandatário. As observações provenientes da audiência dos programas e os dados quantitativos confirmaram esta estratégia. Simetricamente o PT de Vanhoni, diante da ambigüidade do PSDB naquela conjuntura eleitoral, tampouco ocupou a posição de desafiante. Em 2008 a situação se repetiu, os dados reafirmam a ausência de posições típicas de mandatário e desafiante mesmo quando Beto Richa concorria à reeleição.

Nas duas eleições ocorreu um predomínio da categoria passado/presente quanto à dimensão temporal, com aumento significativo em 2008. Esta variável, aliás, é uma das poucas onde apareceu correlação estatística significativa, no caso, para o PSDB. O discurso predominante sobre o presente teve uma valência positiva nos programas dos dois partidos. Tratava-se, para Richa e seus adversários, de uma cidade boa que poderia e necessitaria melhorar. Também é relevante sobre este aspecto o fato de ter predominado como 'estratégia discursiva' de Richa e seus adversários petistas a 'postura acima da briga'. Sem uma clara diferenciação entre os discursos das principais candidaturas sobre a dimensão temporal, seria esperado um investimento nas 'garantias' de realização das propostas. Nas duas eleições as candidaturas do PT e do PSDB investiram no 'personalismo', destacando entre as imagens a

figura do candidato. Richa valorizou seus atributos pessoais em 2004, enquanto Gleisi os supervalorizou em 2008.

De um modo geral os dados indicam que as campanhas não traçaram estratégias partidárias claras elaboradas para o médio e longo prazo a partir de posições ideológicas reconhecidas. As eleições parecem ter se submetido, principalmente, às determinações conjunturais. Não se identificou um padrão discursivo por parte de nenhuma das siglas estudadas, as estratégias discursivas que as candidaturas usaram no HGPE obedeceram às circunstâncias de cada contexto eleitoral, com ênfase no personalismo.

A respeito dos efeitos do HGPE no desempenho eleitoral dos candidatos é possível afirmar que apesar das similaridades nas estratégias dos principais concorrentes, os impactos nas preferências dos eleitores foram distintos. Enquanto em 2004 o início do HGPE apresentou um forte impacto positivo no desempenho de Beto Richa no que diz respeito às intenções de voto dos eleitores, o efeito foi contrário para a campanha de Vanhoni. A partir do início do HGPE o modelo autoregressivo aponta um efeito negativo e significativo à candidatura do PT (ver quadro 2). Em ambos os casos, o impacto do HGPE foi mais relevante que o desempenho do principal oponente no eleitorado.

Já em 2008, mesmo mantendo os dois principais partidos da disputa anterior, o efeito do HGPE foi distinto. Para Beto Richa ele foi muito próximo do limite crítico de significância (ver quadro 3) e apresentou um coeficiente de impacto menor que o desempenho da sua principal adversária, Gleisi Hofmann. Já para a candidata do PT, o impacto do início do HGPE foi positivo e superior à relação negativa que ela apresentou com as intenções de voto do principal adversário. Assim, é possível afirmar que embora as estratégias discursivas no HGPE sejam representativas de opções adotadas pelos partidos na disputa, os efeitos delas na decisão dos eleitores não podem ser totalmente antecipados pelos candidatos e seus assessores de campanha.

V - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARVALHO, R. V. Accioly de. (Org.). (2003). **A produção da política em campanhas eleitorais**. Campinas.
- CERVI, Emerson Urizzi & SOUZA, Nelson Rosário. (2004). "Imprensa e eleições municipais de Curitiba em 2000 e 2004: as coberturas da Folha do Paraná e da Gazeta do Povo". **Temas & Matizes**. Nº6, segundo semestre. Edunioeste. Cascavel.
- CERVI, Emerson Urizzi (2009). "Eleições e Variedades nas primeiras páginas de dois jornais regionais". **Revista de Economía Política de las Tecnologías de La Información y Comunicación**. Vol. 11, nº 2.
- FIGUEIREDO, Marcus. (Outros). (1998). "Estratégias de persuasão em eleições majoritárias. Rio de Janeiro: Iuperj, Série Estudos, nº 100.
- IYENGAR, Shanto. (1994). **Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues**. University of Chicago Press.
- MANIN, Bernard. (1995). "As metamorfoses do governo representativo". *RBCS*. Anpocs. Nº 29, out.
- MIGUEL, Luis F. (1999). "Mídia e Eleições". *Dados*. Vol. 42, nº 2.
- PENDIUK, Fábio. (2008). **Mídia e cenário político: A cobertura do jornal Gazeta do Povo e o cenário das eleições municipais de 2004 em Curitiba**. Dissertação de Mestrado. Programa de pós-graduação em Sociologia. UFPR.
- POPKIN, Samuel. (1994). **The reasoning voter: communication and persuasion in presidential campaigns**. Chicago: Chicago University.
- RUBIM, Antonio A. C. (org.). **Comunicação e política**. Salvador: Edufba.
- SWANSON, David; MANCINI, Paolo. (1996). **Politics, media and modern democracy**. Westport: Praeger.
- VEIGA, Luciana F., SOUZA, Nelson R. e CERVI, Emerson U. (2007). "As estratégias de retórica na disputa pela Prefeitura de São Paulo em 2004". *Opinião Pública*. Vol. 13, nº1. Jun. p. 51-73.

ANEXO

Variáveis	Categoria	PT		PSDB	
		2008	2004	2008	2004
Estratégias discursivas	Uso do cargo	1,7	0,8	3,6	0,6
	Postura acima da briga	92,3	93,6	99,7	94,2
	Assoc. à administração em disputa	4,3	0	2,8	0,3
	Endosso de lideranças políticas	3,7	8,3	0	4,9
	Endosso de Patrono político	3,7	0	0	0
	Menção a partido ou coligação	2,7	2,2	0,2	1,4
	Apelo a mudanças	14,4	26,9	0	7,5
	Ataque à administração em curso	3,3	5,8	0	0,9
	Ataque a adversários	0,3	5,3	0,1	4,3
Cor.Pearson (sig) Partido2008 e Partido2004 (1º turno)		0,985(0,000)		0,994 (0,000)	
Tema	Segurança Pública	2,3	13,6	3,6	5,6
	Saúde	10,7	10,8	5,7	5,6
	Educação	3,7	5,3	6,4	1,4
	Infraestrutura e saneamento básico	1,7	1,4	8,5	
	Economia	1,0		3,3	1,1
	Desenv. urbano, planejamento urbano	0,3	1,9	5,4	0,4
	Esporte, cultura, lazer	2,7	1,1	4,0	
	Transporte	3,0	3,1	5,6	0,4
	Emprego	0,3	1,4	0,8	1,8
	Orçamento	0,7		0,2	10,2
	Criança	0,7	1,9	0,3	1,1
	Idoso	0	1,1	1,3	2,1
	Funcionalismo	0	0,8	0,1	0,4
	Mulher	1,7	0,6	0	2,8
	Cardápio variedade de políticas públicas	7,0	5,8	6,7	1,8
Corr.Pearson (sig) Partido2008 e Partido2004 (1º turno)		0,631 0,021)		- 0,191 0,533)	
Imagem	Imagem da cidade e região metropolitana	0,7	9,4	0	8,1
	Imagem do candidato	39,1	18,3	34,0	19
	Imagem do partido	5,4	0	0,5	2,1
	Imagem do eleitor	0,7	2,2	0,5	2,8
Corr.Pearson (sig) Partido2008 e Partido2004 (1º turno)		0,895(0,295)		0,934 (0,066)	
Campanha	Pesquisa Eleitoral	1,7	1,1	0,1	1,4
	Cenas externas de campanha	3,0	5,8	0	1,4
	Apelos ao engajamento do eleitor	2,3	5,0	0,7	1,1
	Pedagogia do voto	1,7	0,3	0,3	8,1
	Debate	0,3	0,3	0	1,1
Corr.Pearson (sig) Partido2008 e Partido2004 (1º turno)		0,831(0,081)		0,127 (0,839)	
Retórica	Sedução	65,9	45,0	83,0	42,8
	Proposição	14,4	41,4	16,0	45,7
	Crítica	18,7	10,0	0,5	3,8
	Valores	0,7	3,6	0,6	7,8
	Ameaça	0,3	0	0	0
Corr.Pearson (sig) Partido2008 e Partido2004 (1º turno)		0,697(0,303)		0,679 (0,321)	
Dimensão temporal	Passado, presente	83,6	47,3	88,5	56,9
	Futuro	15,7	34,7	11,3	24,0
	Indefinido	0,7	18,0	0,2	19,1
Corr.Pearson (sig) Partido2008 e Partido2004 (1º turno)		0,907(0,276)		0,999 (0,002)	
Valência Dimensão temporal	Positiva	42,5	52,7	39,3	60,5
	Negativa	4,0	15,3	,3	7,0
	Neutra	53,5	32,0	60,4	32,6

Corr. Pearson (sig) Partido2008 e Partido2004 (1º turno)		0,698(0,508)		0,620 (0,574)	
Atributo do candidato	Pessoal	90,6	32,3	31,5	53,4
	Político	3,4	50,0	59,8	38,5
	Administrativo	6,0	17,7	8,7	8,1
Corr.Pearson (sig) Partido2008 e Partido2004 (1º turno)		-0,081(0,948)		0,610 (0,582)	
N TOTAL		299	1046	284	323