

Lula e Alckmin: o primeiro debate na eleição de 2006 e sua repercussão na mídia

Carmen Abreu¹

Resumo: Procura-se, neste texto, apresentar os primeiros passos da pesquisa que está sendo desenvolvida no mestrado. Ligadas uma à outra, política e mídia possuem uma relação com interesses que em alguns momentos convergem e em outros se chocam. Mas indiscutivelmente se entrelaçam em uma sociedade midiaticizada, onde os atores políticos não podem dispensar a visibilidade proporcionada pela mídia e esta por sua vez necessita dos fatos produzidos pela instância política. Nesse sentido, o estudo tem como objeto a atuação dos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva do PT e Geraldo Alckmin do PSDB no primeiro debate do segundo turno da eleição presidencial de 2006 e a repercussão do encontro na mídia.

Palavras-chave: política, mídia, debate, eleição.

Introdução

A eleição presidencial de 2006 possui muitas particularidades e produziu fatos interessantes para pesquisa, foi marcada por crises, denúncias, escândalos políticos e proporcionou inúmeros questionamentos e inquietações aos pesquisadores da área. Uma vitória do candidato-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) do Partido dos Trabalhadores (PT), seria difícil na opinião de muitos analistas, já que pessoas ligadas a ele estavam no centro das denúncias.

Tem-se ainda, segundo defendem jornalistas e pesquisadores, reunidos em uma publicação organizada por Lima (2007) uma cobertura jornalística desequilibrada dos candidatos realizada pelos principais grupos de mídia do país, sendo negativa para o candidato-presidente. O Partido dos Trabalhadores (PT) atingido em seu principal pilar, a

ética. Tudo contribuía para que Lula não fosse reeleito. Contrariando todos os prognósticos Lula se mantém à frente de seus adversários durante toda a campanha eleitoral com chances, segundo as inúmeras pesquisas, de vencer no primeiro turno.

Seu principal adversário na disputa, Geraldo Alckmin do Partido da Social Democracia Socialista (PSDB), é o segundo colocado desde o início e mesmo com a inserção do “dossiê Vedoin²” no cenário da eleição não consegue avançar nos índices. Tudo parece estar indo bem para Lula e a vitória no primeiro turno estava cada vez mais perto. O candidato-presidente decide não comparecer aos dois debates do primeiro turno da eleição presidencial de 2006. O primeiro realizado dia 14 de agosto, na Rede Bandeirantes, não obteve grande atenção da mídia. Mas a sua ausência no debate promovido pela Rede Globo, dia 28 de setembro, foi amplamente divulgado, gerou matérias nos maiores jornais do país, comentários dos colunistas e indignação da emissora expressada no seu principal telejornal, Jornal Nacional, no dia seguinte a realização do evento. Alckmin e os senadores Heloísa Helena e Cristovam Buarque aproveitaram o espaço para investir contra o ausente já que podiam fazer perguntas para a “cadeira vazia”.

“Uma campanha eleitoral (presidencial) como a que enfrentamos no final de 2006, no Brasil, se passa num feixe de enunciações. Não podendo o campo político minimizar as ‘coerções’ e afetações da cultura da midiatização, tenta operar à margem de suas lógicas ou de aspectos de sua processualidade”, Fausto Neto (2006, p.4). Segundo o autor, Lula quando decidiu não comparecer aos debates “tentou controlar e fazer funcionar, unilateralmente, determinada estratégia enunciativa que, de certa forma, buscava escapar a um certo regime de produção de sentido fortemente engendrado pela presença e pelo funcionamento do processo da midiatização” (op. cit.).

Uma estratégia ousada que parece ter custado caro ao petista. De acordo com a pesquisa do Instituto Vox Populi, publicada na revista Carta Capital nº 415, a divulgação das fotos do dinheiro que seria utilizado para a compra do “dossiê Vedoin”, a dois dias da eleição, e a ausência de Lula no debate promovido pela Globo foram os fatos que impediram a vitória do candidato-presidente já no dia 1º de outubro de 2006.

¹ Jornalista e Relações Públicas, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail carmenabreug@uol.com.br.

² Documentos que seriam comprados por petistas para prejudicar candidatos do PSDB, foram apreendidos, dia 15 de setembro de 2006, 1, 7 milhão entre reais e dólares com integrantes do Partido dos Trabalhadores.

Lula e Alckmin obtiveram as maiores votações no primeiro turno, 48,61% e 41,64% dos votos válidos respectivamente³. Os candidatos chegam ao segundo turno e se enfrentam em quatro debates nas emissoras de TV Bandeirantes, SBT, Record e Globo nesta ordem. É dentro desse contexto que surge o tema do presente artigo, a atuação dos candidatos Lula e Alckmin no primeiro debate e a repercussão do encontro na mídia na eleição presidencial de 2006 no Brasil. O presente trabalho é parte da dissertação que se encontra em construção.

A midiática da política

Ligadas uma à outra, política e mídia possuem uma relação com interesses que em alguns momentos convergem e em outros se chocam. Mas indiscutivelmente se entrelaçam em uma sociedade midiática, onde os atores políticos não podem dispensar a visibilidade proporcionada pela mídia e esta por sua vez necessita dos fatos produzidos pela instância política como denomina Charaudeau (2006).

Uma relação complexa que se estreita e aproxima ainda mais durante o período eleitoral. Cada um com seus objetivos específicos, mídia e política unem-se e constroem a história de uma eleição. Segundo Rubim e Colling (2004, 13), os campos da comunicação e política estão em constante disputa, pois não são harmônicos e “se constituem de agentes e forças complementares e antagônicas. Enfim, de atitudes muitas vezes contraditórias”. Para os autores a modificação mais visível na relação entre os campos é a presença cada vez maior da mídia e seu campo particular, configurando-se em um novo ator político no campo da política.

Esta nova configuração leva a política a se fazer muito presente no campo da mídia, principalmente na televisão. Essa realidade faz com que a política e as eleições se transfiram para as telas se deslocando desta forma das ruas, praças, instituições tradicionais onde o fazer político era realizado prioritariamente antes do advento e consolidação da mídia.

De acordo com Hannah Arendt (1993) para “ser” é necessário “aparecer”. Sendo assim, os atores políticos sabem que quanto mais espaço tiverem na mídia mais chances terão de conquistar seus objetivos, ou seja, votos e conseqüentemente o poder. Porém,

³ <http://www.justicaeleitoral.gov.br> acesso em 25/01/2007.

também estarão mais expostos e seus atos sob o olhar da mídia e do eleitor. Na perspectiva de Gomes (2004, p.144), “sem tal esfera de exposição pública de massa não haveria acesso relevante ao eleitorado, que possui o recurso fundamental para o campo político: o voto. A presença na esfera da visibilidade pública lhe é, portanto, fundamental”. A visibilidade neste aspecto é indispensável para a sobrevivência do ator político na contemporaneidade. Com a midiáticação das campanhas e sua profissionalização crescente a disputa que os candidatos travam pela visibilidade é a cada eleição maior. Segundo Rubim (2003, p.58), durante as eleições, momento político singular, a disputa pela imagem pública entre os agentes envolvidos no jogo político se intensifica. Para o autor a disputa entre imagens públicas, é um “movimento imprescindível hoje na luta eleitoral midiática”. De acordo com Weber(2004, p.270), “o modo de produção de imagens políticas modificou o modo de fazer política”.

Conforme pontua Charaudeau (2006a, p.287), “os políticos sempre tiveram necessidade de visibilidade (devem ter acesso à cena pública), de imagem (devem seduzir) e de legibilidade de seu projeto político (devem ser compreendidos)”. Ele destaca que desde a época dos antigos retóricos, que podem ser apontados como os primeiros orientadores em comunicação da Antiguidade, eram enfatizadas questões relacionadas ao comportamento diante do público. A novidade está no advento da comunicação de massa e a visibilidade crescente que vem ocorrendo com a exposição do ator político na mídia atualmente.

Importante instrumento para a divulgação de projetos, idéias, propostas e projeção da imagem pública, a televisão é a cada eleição mais valorizada pelos pretendentes a cargos públicos. Com pouco mais de meio século a televisão, hoje, é o principal veículo de comunicação de massa e permite que a mensagem emitida pelos agentes políticos chegue mais rápido aos eleitores. No Brasil, a televisão chegou em 1950. De lá para cá ampliou seu alcance e mais de 90% das residências no país tem aparelhos de TV⁴. A televisão é o principal veículo de informação para a maioria da população. De acordo com Lima (2006, p. 61-2) uma pesquisa realizada pelo Instituto Vox Populi para revista Carta Capital, em junho de 2006, constata que 58% dos entrevistados usam a TV como fonte principal de informação política.

⁴ Informação disponível em: <http://www.sjsc.org.br/noticias/debate-tvdigital-19abr2006.htm> e em http://www.lsi.usp.br/interativos/nem/tv_digital.pdf.

A televisão ocupa um papel de protagonista durante as eleições no Brasil. Desde 1989, essa ligação entre televisão e eleições tem sido foco de muitos estudos, dentre eles, Albuquerque (1999), Fausto Neto (1990) e (1995), Almeida (2002) e Lima (2001) onde é feita uma análise da eleição presidencial de 1989 e da influência da mídia neste pleito. Conforme Weber (2000, p.49) “qualquer que seja o ângulo, a visibilidade exigida pela política nomeou a televisão como mediação principal, parte integrante que elege e empossa”.

É destaque nas abordagens⁵ sobre um envolvimento da mídia em resultados das eleições a edição do debate entre Collor e Lula realizado pela Rede Globo, em 1989, mas convêm também recordar resumidamente os pleitos que se seguiram, pois reforçam a hipótese de influência da mídia no processo eleitoral. Em 1994, o apoio da grande mídia ao Plano Real, em 1998, o engajamento à reeleição de Fernando Henrique Cardoso com o silenciamento quase total da cobertura sobre a disputa. Em 2002, uma nova configuração se apresenta com a significativa cobertura das eleições⁶ realizada pela mídia, especialmente pela Rede Globo. Nas duas últimas eleições presidenciais, os principais candidatos a presidência com os índices mais altos nas pesquisas de sondagens, foram entrevistados, participaram de debates e tiveram suas agendas acompanhadas diariamente e divulgadas nos telejornais.

Lula e Alckmin: o primeiro encontro

Os debates ocupam destaque no processo eleitoral e são promovidos pelas emissoras de TV com interesses específicos e definidos em comum acordo com as assessorias dos candidatos. Importantes para a disputa eleitoral, os debates despertam a atenção de analistas, colunistas, eleitores, repercutem em outros espaços da mídia, aparecem na propaganda dos candidatos e também geram audiência, o que financeiramente é bom para as emissoras.

O debate é um espaço em que os adversários estão cara a cara e todos os seus movimentos são observados atentamente pelos eleitores. Nos confrontos, onde tudo

⁵ Abordam o tema, entre outros: Lima (2001), Rubim (1999) e Machado (1991).

⁶ Para um aprofundamento sobre a atuação da mídia nas eleições até 2006 ver as análises desenvolvidas por Rubim (2004) e Fausto Neto e Verón (2003) referenciadas na bibliografia..

acontece ao vivo, é mais difícil esconder traços da personalidade que são disfarçados ou omitidos em outras situações como nos programas eleitorais e em algumas entrevistas. Para Charaudeau (2006a, p.291), os políticos “são ao mesmo tempo atraídos por essa forma moderna da dramaturgia política que ocupa o lugar das representações teatrais ou das cerimônias religiosas de antanho: a dramaturgia é tão útil para a educação dos povos de hoje quanto a tragédia grega o era para os atenienses”.

Os candidatos Lula e Alckmin chegam ao segundo turno para se enfrentarem em quatro debates. O debate na Band é o primeiro evento da nova etapa da campanha, já que o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) só tem início quatro dias depois do encontro, e apresenta Alckmin confiante por ter chegado ao segundo turno e Lula abatido com a idéia de ter que enfrentar uma segunda fase. Lula após ter se furtado, em alguns momentos, “das interações midiáticas propostas e inteiramente regidas por suas lógicas” Fausto Neto (2006, p. 17), se “rende” a essa realidade e decide comparecer a todos os debates organizados no segundo turno. O candidato-presidente em seu primeiro programa do segundo turno na TV⁷, à tarde, admitiu ter se equivocado ao faltar aos debates do primeiro turno. Segundo ele a razão da ausência foi a "baixaria", “quero antes de tudo fazer uma campanha de paz, sem baixaria. Foi por isso que cheguei a evitar comparecer a alguns debates no primeiro turno. Hoje, admito que me equivoquei, porque a minha posição foi mal interpretada e não freou a baixaria dos meus adversários". Porém, essa não era a opinião de Lula antes do resultado da eleição no primeiro turno. No dia 30 de setembro de 2006, véspera da eleição, uma reportagem da *Folha de São Paulo*⁸ destaca “o presidente Luiz Inácio Lula da Silva disse ontem estar certo de que tomou a decisão correta em faltar ao debate promovido anteontem pela Rede Globo”.

O primeiro debate do segundo turno foi realizado dia 8 de outubro de 2006, domingo, às 20h30min, ao vivo, nos estúdios da Rede Bandeirantes em São Paulo e transmitido simultaneamente pela Band News TV⁹ e as rádios Bandeirantes e Band News FM. O debate entre Lula e Alckmin foi mediado pelo jornalista Ricardo Boechat,

⁷ Primeiro programa do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) exibido no dia 12 de outubro de 2006 na televisão.

⁸ Jornal folha de São Paulo edição de 30 de setembro de 2006, pág. A8.

⁹ O debate está disponível nos seguintes links:

<http://igmediacenter.ig.com.br/mediaibox/mibpointer/MIBGetPointer.aspx?MMEDIA=27203&fp=61231620213117R1911>;
<http://igmediacenter.ig.com.br/mediaibox/mibpointer/MIBGetPointer.aspx?MMEDIA=27205&fp=18241620213117R1911>;
<http://igmediacenter.ig.com.br/mediaibox/mibpointer/MIBGetPointer.aspx?MMEDIA=27209&fp=35241620213117R1911>;
<http://igmediacenter.ig.com.br/mediaibox/mibpointer/MIBGetPointer.aspx?MMEDIA=27211&fp=49551620213117R1911>;
<http://igmediacenter.ig.com.br/mediaibox/mibpointer/MIBGetPointer.aspx?MMEDIA=27207&fp=51241620213117R1911>

apresentador do Jornal da Band e durou aproximadamente 2h10min. Foi dividido em cinco blocos e os temas foram de livre escolha dos candidatos.

No primeiro confronto uma surpresa, Alckmin aparece agressivo, bem diferente do comportamento adotado até então na campanha. O adversário de Lula aparentava mais tranqüilidade, olhava para a câmera, se dirigindo ao telespectador, por vezes se apoiava na tribuna com uma ou as duas mãos e gesticulava de forma leve. Permaneceu o tempo todo incisivo e agressivo em suas intervenções. Já Lula transparecia agitação, abatimento, impaciência e nervosismo, algumas vezes juntava as mãos à frente do corpo e em outras as postava atrás, falava olhando para Alckmin, sem se dirigir diretamente ao telespectador, na maior parte do tempo. Destacamos alguns trechos do debate que demonstram as principais estratégias discursivas adotadas pelos candidatos.

Os temas abordados no primeiro bloco foram: Previdência Social, corte de gastos, aumento de imposto, **dossiê Vedoin, corrupção e escândalos**; no segundo bloco: **dossiê Vedoin**, comparação de governos, **corrupção**, realizações de governo, **privatização**, Febem e saúde; no terceiro bloco: **segurança pública**, Petrobrás, política externa, energia elétrica; no quarto bloco **escândalos, segurança pública** e maioria penal e no quinto e último bloco **dossiê Vedoin, privatização**, educação e apresentadas as considerações finais.

Alckmin abriu o embate, iniciou sua participação salientando que **foi a todos os debates**, saudando os candidatos e senadores Heloisa Helena e Cristovan, *“Não fugiram do debate, não vieram ao debate por medo de perder a eleição, mas vieram por respeito a você para prestar contas para esclarecer e para informar.*

Lula: *“A impressão que eu tenho é que o meu adversário utiliza o hábito daqueles que decoram alguns chavões para participar de debate”*. Alckmin toca no tema que elegeu para ser a uma das suas principais estratégias de argumentação no debate, o dinheiro encontrado com petistas para comprar o **“dossiê Vedoin”**. Alckmin pergunta de *“onde veio o dinheiro sujo, R\$ 1, 75 milhão em dinheiro vivo reais e dólar para comprar o dossiê fajuto?”* Lula responde *“eu quero mais, quero saber quem arquitetou esse plano maquiavélico; eu quero saber o conteúdo do dossiê, quero saber de onde veio o dinheiro,*

quem fez essa negociata porque o único ganhador desse trambique todo foi a candidatura do meu adversário”.

Alckmin enumera os envolvidos, ligados a Lula, com o caso do **dossiê**, “*Olhe nos olhos do povo brasileiro candidato Lula e responda de onde veio o dinheiro?*”. Lula refere-se ao envolvimento de Alckmin com o impedimento de CPIs que investigariam seu governo em São Paulo, “*69 pedidos de CPI foram engavetadas, a que preço eu não sei, eu sei que a maioria do governo não permitiu nenhuma, ao contrário do meu governo que não movimetei um dedo para impedir nenhuma CPI, e se quiserem fazer mais podem fazer, porque eu sou de uma formação pobre mas de uma formação de quem não deve não teme*”.

Sabe-se que não foi o que aconteceu, mas Lula tenta reforçar sua origem humilde com “quem não deve não teme” e com isso reafirmar que tem credibilidade para criticar Alckmin. Conforme aponta Charaudeau (2006a, p.101) “o desafio aqui não é o da verdade, mas o da veracidade: não o que é verdade, mas o que eu creio ser verdadeiro e que você deve crer verdadeiro”.

Muitas vezes Alckmin acusa Lula de mentir e em nenhuma intervenção se dirigiu a Lula como presidente. “*quanta mentira, quanta mentira, como o Lula mudou*” . Ele acusa Lula de estar mentindo quando diz que não fez nada para impedir CPIs criadas no congresso nacional para investigar ações do Governo Federal e que as CPIs “*só saíram por que o Roberto Jeferson falou pro Brasil, contou a verdade para o Brasil*”.

Lula pergunta por que nenhuma das “*69 CPIs foi implantada?*”. Alckmin resgata a questão do dinheiro do dossiê, “*é só perguntar para o PT [...], claro que eles sabem é só chamar os seus amigos, amigos de 30 anos*”. Lula reage “*o estranho, o estranho não é ter ministro envolvido o estranho é ter um governo que pune os ministros que cometem erro [...] se você sabe antes não convoca, é você na hora que sabe cortar na carne mesmo que seja um companheiro seu e isso não aconteceu no Governo do PSDB pra não discutir a questão das privatizações que até hoje não sabemos onde foi o dinheiro tanto dinheiro das privatizações ...*”

Alckmin: *Não respondeu, não disse se sabia ou não sabia, e não fala a verdade os ministros não foram demitidos, pediram demissão coisa total...(sic) aliás foram derrubados por que os fatos eram tão graves, mas tão graves que tiveram que sair do governo...*”

Lula: “esse governo tem uma qualidade governador, que vocês não porque a de vocês é **privatizar, privatizar e privatizar** a nossa é investir no social, no social e no social e a economia brasileira nunca cresceu tanto como agora, obviamente que eu quero que cresça mais, mas compare”.

Lula: “Não seja **leviano**, não seja **leviano**, e vou dizer não seja **leviano**”. Alckmin: “respeito, respeito”. Lula prossegue “**não seja leviano**, a única coisa boa que o Fernando Henrique Cardoso criou no governo dele foi exatamente esse cartão corporativo” Alckmin: “Olha por trás desse palavrório todo existe há um presidente **fraco**” Alckmin: “o Lula **arrogante** esse tempo todo [...] “você que está em casa e acompanhou este debate viu que durante este tempo todo o candidato Lula foi **arrogante, irônico, desrespeitoso, inclusive, e não respondeu aquilo que é essencial, de onde veio o dinheiro, [...] como o dossiê não deu certo agora começou a boataria, boatos mentirosos [...] fico triste de ver o presidente do meu país mentir**”. Lula ressalta que não está respondendo para Alckmin e sim para o povo brasileiro que está assistindo ao debate. “Como **vocês já privatizaram tudo [...] alguém pode ser condenado por ter dúvida do que vocês vão fazer? porque a única coisa que vocês souberam fazer no governo foi gastar em demasia e vender as empresas estatais para pagar parte deste gasto**”.

Alckmin: “Não **mintar** Lula, não foi o PFL ou o PSDB que no seu programa teria alguma coisa de privatização foi você que falou [...] outro boato que eu vou acabar com o Bolsa Família, **mentira, mentira deslavada** o Bolsa Família que nasceu conosco vou manter e aumentar”.

Lula “O governador há de convir que ele não pode ficar nervoso, bravo e dizer mentira é preciso que a gente por mais bronca que o governador esteja de mim ele sabe que lá no sofá tem uma pessoa sentada vendo esse programa e todo mundo sabe que foi o PSDB e o PFL **que privatizaram o país**, não precisa esconder isso de ninguém, não precisa esconder, a Vale do Rio Doce foi vendida e tantas outras empresas foram vendidas [...] se não vai fazer diga que não vai fazer, mas acabou de **privatizar** a última linha de transmissão aqui em São Paulo por um bilhão e pouco, ou seja, quando não tiver mais o que **vender** o que vai fazer? **vender** a Amazônia?”

Pós debate

a) entrevista

Os candidatos concedem entrevista ao vivo ainda no local onde ocorreu o debate. Lula: “*Eu só lamento que se tenha discutido menos programa do que **leviandade**, mas isso é próprio de candidato a oposição que disputa cargos importantes pela primeira vez [...] eu acho que nois temos que debater todos os assuntos que o povo brasileiro entenda que tenha que deva ser debatido, eu não sei quantos debates nos vamos ter ainda, eu sei que tem mais um marcado, não sei se os outros canais vão marcar, mas é importante que assim o povo vai votar com muito mais sabedoria*”.

Alckmin “*Olha gostei muito de debate, infelizmente o candidato Lula **fugiu** de todos os outros debates, o debate não é pro candidato o debate é pro eleitor [...] o Lula ficou duas horas aqui e não respondeu de onde veio o dinheiro*”.

As declarações de Alckmin e Lula permitem se observar que o primeiro saiu satisfeito e acreditando ter atingido seus objetivos, já o segundo, transparece insatisfação com o desenvolvimento do encontro. Alckmin apostou na estratégia do ataque para iniciar o segundo turno. Mas o resultado de suas investidas foram negativas para o próprio Alckmin, segundo a sondagem do Datafolha, publicada dia 10 de outubro¹⁰, após o primeiro confronto a diferença entre os dois apontava 12 pontos, 56% para Lula e 44% para Alckmin. No levantamento do mesmo instituto publicado cinco dias antes¹¹, Lula aparece sete pontos percentuais à frente Alckmin. Segundo o Datafolha, Lula tinha 50% da preferência do eleitorado, contra 43% de Alckmin.

Alckmin utilizou durante todo o debate “os argumentos pela desqualificação do adversário”. Lula se valeu “dos argumentos por analogia” e buscou “colar” no adversário a imagem da privatização, salientando o tempo todo que Alckmin representava a continuidade da política do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, também do PSDB. Sobre as condições de argumentação Charaudeau (2006a, p.101) diz que estas podem ser observadas “em sua perspectiva persuasiva, isto é, não se trata tanto do desenvolvimento de um raciocínio lógico com abordagem explicativa ou demonstrativa, que tende a elucidar ou a fazer existir uma verdade, mas de mostrar a força da razão”. Os argumentos utilizados por Lula e Alckmin estão entre os mais recorrentes, segundo o autor.

¹⁰ Pesquisa publicada na revista Época edição 439 e acessível no endereço revistaepoca.globo.com/revista/epoca.

Repercussão do primeiro debate na mídia

O primeiro encontro entre Lula e Alckmin foi manchete nos principais jornais do país e dos estados e continuou gerando comentários e matérias nos dias posteriores ao debate. O confronto também obteve repercussão em blogs e sites jornalísticos e especializados em política. Destacaremos a seguir algumas abordagens encontradas na mídia sobre o primeiro debate.

Motta (2006), em comentário no site *Mídia & Política*, já referenciado no texto, sobre o primeiro confronto entre Lula e Alckmin, observa que somente no debate Alckmin revelou a “verdadeira personalidade, até então desconhecida do eleitor e da própria mídia. A agressividade e a contundência do candidato estavam escondidas pela produção dos programas”. O autor ressalta a diferença entre os programas dos candidatos e os debates. Nos primeiros “quem faz a denúncia contra a ética e a corrupção é sempre um locutor, nunca o candidato, que se preserva. No debate o candidato está frente a frente com o adversário, “revela-se ou deixa passar a oportunidade”.

No *Jornal do Brasil* do dia 9 de outubro a principal manchete era:- Debate agressivo esquenta a campanha. A matéria do jornal deu destaque ao tom agressivo e ao tema da corrupção conforme se pode observar no trecho, “Não faltou agressividade no debate de ontem na TV Bandeirantes entre os candidatos à Presidência. Lula e Alckmin foram duros um contra o outro, nas perguntas e nas respostas”.

Também no *Correio Brasiliense* a manchete destacou a disputa acirrada entre os candidatos: Lula e Alckmin trocam acusações em debate. O jornal chama a atenção para a primeira oportunidade de encontro entre os dois já que Lula não compareceu aos debates do primeiro turno. “Enfim, eles se enfrentaram. Pela primeira vez nesta campanha, Luiz Inácio Lula da Silva e Geraldo Alckmin se confrontaram na tevê. Mais que um debate, foi um autêntico combate: durante 2h10, os dois trocaram munição pesada. Logo no início, o tucano foi ao ataque, ao lembrar casos de corrupção no governo petista. Disse que o presidente ‘fala mentiras’ e o chamou de ‘arrogante’ e ‘omisso’. Lula retrucou, acusando o adversário de ‘leviano’, e tentou vincular a imagem do adversário ao governo FHC. As acusações permearam até mesmo os raros momentos em que os candidatos tentaram apresentar propostas de governo”.

¹¹ Disponível em: http://www.abril.com.br/eleicoes2006/pesquisas/arquivo_agosto.shtml, acesso em 20/10/2006.

Na *Folha de São Paulo* do dia 9 de outubro a manchete foi:- Lula e Alckmin partem para o ataque no primeiro debate. O jornal paulista salienta, assim como os demais, o aspecto de duro combate do encontro entre os adversários, como pode-se observar na chamada da coluna do jornalista Clóvis Rossi¹²: “Alckmin ataca e Lula reage em debate inflamado na TV”. Em matéria do mesmo dia do jornalista Rodrigo Röttsch o título é: “Questões polêmicas ficam sem resposta”, o subtítulo traz; “Desafiado por Alckmin a explicar gastos com cartões corporativos, Lula responde com ironia sobre ausência de FHC na platéia. Petista acusa tucano de não esclarecer porque barrou CPIs em SP e diz que ele é "um bom falador de causas estranhas às perguntas". O Colunista Marcelo Coelho destacou: “Candidatos pareciam casal em crise. Alckmin e Lula entraram dispostos a "dizer verdades" um ao outro; resultado acaba sendo empate . No dia 10 de outubro o debate continuou sendo destaque no jornal, com a manchete: “agressividade de Alckmin no debate surpreendeu Lula”. Nesse dia o jornal dedicou um dos editoriais ao confronto e três colunistas também se ocuparam do tema, Clóvis Rossi, Carlos Heitor Cony e Eliane Cantanhêde. A Folha de São Paulo manteve o debate da Band em pauta por pelo menos três dias consecutivos.

O *Estado de São Paulo* do dia 9 de outubro trouxe a manchete: “Lula e Alckmin se acusam e perguntas ficam sem resposta”. O subtítulo destaca que os programas de governo ficaram em segundo plano no debate. O jornal dedicou uma página inteira ao confronto, observando detalhes do debate, como os bastidores e reação da platéia formada por apoiadores dos dois candidatos.

Para *O Globo* o mais importante no dia posterior ao encontro foi: “Ataques de Alckmin a Lula, e de Lula a FH, marcam debate, Tucano cobra origem do dinheiro do dossiê; petista diz que fez mais que governo passado”. Além de uma matéria de capa o jornal destinou duas páginas ao debate, trazendo frases dos candidatos e fotos que demonstravam as expressões dos adversários no momento em que eram pronunciadas.

Assim como em outros estados, no Rio Grande do Sul os jornais deram destaque ao debate. No dia 9 o *Correio do Povo*, por exemplo, também dedicou a sua manchete ao confronto: “Lula e Alckmin só trocam acusações”. As manchetes relacionadas demonstram

¹² A coluna está disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0910200623.htm> acesso em 22/10/06.

a relevância do debate, já que os principais jornais do país optaram em destacar o acontecimento como o mais importante no dia posterior ao confronto de Lula e Alckmin.

O jornalista Luiz Weis, em comentário no site do Observatório da Imprensa¹³, destacou a surpresa ocasionada pela mudança de comportamento apresentada por Alckmin ele salienta “as repetidas comparações entre o evento e uma luta de boxe”. Para Weis “a analogia talvez mais apropriada seria com uma situação marcadamente teatral em que o desempenho dos atores é o que conta: a impressão que fica não dos fatos e números citados por um e outro, mas da atitude de cada qual diante do outro”. O jornalista Alberto Dines, também no Observatório da Imprensa da mesma data, observa que “Foi um debate animado sob o ponto de vista do espetáculo, mas não foi um debate proveitoso sob o ponto de vista do eleitor”. Para ele o formato do debate “tornou-o muito fragmentado”. Ele destaca que de acordo com um “diretor da Band, ouvido no fim do evento, os participantes fizeram cerca de 70 intervenções”.

O jornalista retoma o tema no dia 10, dois dias depois do debate, para salientar o que estava sendo comentado na mídia sobre o encontro entre Lula e Alckmin. “Quem ganhou o debate? Essa é a pergunta que está na mídia desde o domingo à noite. Mas debate político é para ganhar, como uma partida de futebol, ou é uma oportunidade para convencer os eleitores? Não seria mais apropriado perguntar se aquele tipo de debate, naquele formato e naquele clima belicoso pode ajudar o cidadão na hora do voto?”. Para ele não faz parte dos planos dos marqueteiros e dos assessores dos candidatos a intenção de “esclarecer o eleitor, estão preocupados em ganhar o debate, mesmo que o candidato que ganhe o debate venha a perder na urna dias depois. As emissoras anfitriãs, por sua vez, estão preocupadas com o espetáculo, querem índices de audiência. Quanto melhor for o Ibope do debate, mais recompensados ficarão os anunciantes que patrocinaram o show”. Estas colocações de Dines denotam os interesses que permeiam a realização de um debate.

Também nas revistas o debate ganhou espaço. A revista Época¹⁴, em sua edição 439 de 16 de outubro de 2006, publicou matéria destacando a importância do confronto entre

¹³ A vidraça e o estilingue, Postado por Luiz Weis em 9/10/2006 às 8:16:28 AM e Debate na Band: espetáculo em formato de tiroteio. Por Alberto Dines em 9/10/2006. <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs>. Acesso em 10/10/2006.

¹⁴ A Guerra na TV. Revista Época. <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG75520-6009-439-4,00.html> acesso em 18/10/06

Lula e Alckmin. Com o título: O que esperar das eleições presidenciais daqui para frente, os jornalistas João Gabriel de Lima e Walter Nunes enfatizam no lide que:

A matéria destaca o ataque de Alckmin a Lula. “sem nem mesmo recorrer ao cargo ‘presidente’ ou utilizar pronome de tratamento. A nova postura de Alckmin – ‘afirmativa’, de acordo com seus correligionários, ‘autoritária’, no dizer dos lulistas, ou ‘agressiva’, para ficar em um termo intermediário - encheu os tucanos de esperanças”. A matéria é extensa e apresenta além de opiniões de analistas políticos comparações dos números e ações elencadas pelos candidatos durante o debate.

Outra demonstração do interesse que os debates provocam no público é o relato do jornalista Ricardo Noblat¹⁵, em seu blog no dia 10 de outubro de 2006. Ele conta que “a maior audiência foi em agosto do ano passado em plena crise do escândalo do mensalão - 1.907.372 IPs ou visitantes únicos. Noblat destaca o recorde de acessos do blog a uma nota postada no dia 8 de outubro “um recorde foi registrado anteontem: o da nota que atraiu o maior número de comentários até hoje - **1.114**. Sob o título ‘Se arrependimento matasse’, a nota postada às 23h54 dizia: ‘Lula saiu irritado, irritadíssimo do debate na Band com Alckmin. Ele não se preparou tão bem como deveria. Achou que levaria Alckmin no bico. Ou então se preparou, mas não deu conta do recado’”.

Durante o dia 9 Noblat dedicou o espaço de seu blog para notas sobre o debate do dia anterior, a maioria dos comentários de cada nota passaram de 200. Ele também disponibilizou a reprodução do debate aos internautas interessados em ver ou rever o encontro.

Considerações finais

Buscamos destacar, nesse artigo, as principais estratégias discursivas apresentadas pelo candidatos Lula e Alckmin e a repercussão do primeiro debate entre os dois para salientar a importância que este gênero televisivo adquire na campanha eleitoral para as candidaturas, mídia e eleitores. Pode-se observar, inicialmente, que o debate na Band apresenta algumas especificidades, foi o primeiro debate em que um presidente em exercício no Brasil compareceu, o formato permitiu aos candidatos definirem o assunto a ser debatido, sem o habitual sorteio de temas realizado pelo mediador. Isto possibilitou que

¹⁵Disponível em, http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=34%20&periodo=200610

houvesse reincidência de temas que acabaram predominando no encontro. O questionamento de Alckmin sobre a origem do dinheiro que seria usado por petistas para a compra do dossiê Vedoin foi o principal tema do debate. Reflexo direto do debate que estava na mídia.

É possível identificar que os debates entre candidatos à presidência da república, geram notícias e alguns tornam-se o fato mais importante de divulgação para a mídia. É inegável a relevância do tema para os eleitores, já que o debate configura-se em confronto de idéias entre os pretendentes ao cargo maior do país e oportunidade para se conhecer mais um pouco cada um dos candidatos. Mas porque tamanha repercussão? Um outro aspecto interessante de ser avaliado, é o tipo de enquadramento dado à notícia sobre o acontecimento. No caso do primeiro debate entre Lula e Alckmin todos os veículos em que encontramos a cobertura do evento optaram pelo destaque dos temas agressividade, “dossiê Vedoin” e ataques entre os candidatos onde o principal argumento foi a corrupção.

Pode-se destacar, de acordo com a classificação de Porto et. al. (2004, p.70), que o tipo de enquadramento realizado sobre o primeiro debate configura-se como “enquadramento noticioso”. Para os autores este tipo é “um nível mais geral de enquadramento que se refere aos padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos”. Ainda segundo eles, “no jargão dos jornalistas, este seria o ‘ângulo da notícia’ o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros”.

Dentro da classificação de enquadramento, proposta pelos autores, a cobertura realizada pela mídia do primeiro encontro entre Lula e Alckmin pode ser identificada como enquadramento episódico. Esse tipo de cobertura Porto et. al. (2004, p.71), está centrado “nas notícias episódicas, jornalistas basicamente se restringem a relatar os últimos acontecimentos sem a utilização dos enfoques que caracterizam os demais tipos de enquadramento noticioso. Trata-se das notícias centradas em eventos que relatam ‘fatos’ ou declaração de atores, adotando portanto um tipo mais descritivo de cobertura”.

As matérias salientam praticamente os mesmos trechos do debate que durou mais de duas horas. Não seria possível destacar-se outros assuntos abordados pelos candidatos? Não se observa uma abordagem diferenciada em cada veículo. Pode-se verificar que mesmo as manchetes são semelhantes. O que provocaria isso? Seriam as rotinas produtivas e a

objetividade responsáveis pela abordagem similar realizada pelos jornais? Para Rovai, a cobertura do debate da Band simboliza como “o jornalismo político chegou a um nível tão extremo de editorialização que cada vez está mais difícil para o leitor identificar o que é informação e o que é torcida do veículo e do jornalista envolvidos na reportagem”. Segundo ele, “a reação generalizada da grande imprensa foi unânime: o opositorista Geraldo Alckmin venceu o debate. As manchetes dos jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *O Globo* eram praticamente iguais, tratavam da ‘surpresa’ do presidente como desafiante” (2007, p.127). Acreditamos que são questões interessantes para outras reflexões.

Referências:

- ALBUQUERQUE, Afonso de. **“Aqui você vê a verdade na tevê”** - A propaganda política na televisão. Niterói – RJ: MCII, 1999.
- ALMEIDA, Jorge. **Marketing Político; hegemonia e contra-hegemonia**. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.
- ALMEIDA, Jorge. **Serra e a Mudança: Um discurso fora do lugar de fala**. In RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil: Ensaio sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker, 2004.
- ARENDDT, Hannah. **A Vida do Espírito** – O pensar, o querer, o julgar. Rio Janeiro: Relume Dumará/UFRJ, 1993.
- AZEVEDO, Fernando Antônio. **Agendamento da Política**. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas ORG. **Comunicação e Política: Conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006a.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006b.
- FAUSTO NETO, Antonio e VERÓN, Eliseo (orgs), Antonio Albino Canelas Rubim. **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker, 2003.
- FAUSTO NETO, Antônio. **O discurso político entre recusas e controles das estratégias enunciativas midiáticas: observações sobre a midiaticização da campanha eleitoral de 2006**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 11, p. 143-165, jun. 2006.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- LIMA, Venício Artur de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**, São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

LIMA, Venício Artur de. **Mídia: teoria e Política**. São Paulo. Editora Fundação Perseu Abramo: 2001.

LIMA, Venício Artur de, (org). **A Mídia nas eleições de 2006**. São Paulo. Editora Fundação Perseu Abramo: 2007.

MACHADO, Maria Berenice da Costa. **O duelo final: Collor e Lula**. Porto Alegre, UFRGS, 1991. (Monografia de Conclusão de curso).

ROVAI, Renato. **As muitas derrotas da mídia comercial tradicional**. In: LIMA, Venício Artur de, (org). **A Mídia nas eleições de 2006**. São Paulo. Editora Fundação Perseu Abramo: 2007.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil: Ensaio sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker 2004.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Comunicação & Política**. São Paulo: Hacker, 2000.

_____. **ORG. Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil: Ensaio sobre mídia, cultura e política**. São Paulo: Hacker 2004.

RUBIM, Antônio Albino Canelas e COLLING, Leandro. **Mídia, Cultura e eleições presidenciais no Brasil contemporâneo**. Disponível em: http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/06/rubim_colling_midiaculturaeleicoes.pdf. Acesso em 23/07/06.

WEBER, Maria Helena. **Imagem Pública** In: RUBIM, Antônio Albino Canelas ORG. **Comunicação e Política: Conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

_____. **Cadeiras Vazias (a mídia, o escândalo e o eleitor, em 2006)**. Texto apresentado no I Congresso Anual da Associação dos Pesquisadores em Comunicação e Política. Salvador 2006.