

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E  
INFORMAÇÃO**

**Carmen Regina Abreu Gonçalves**

**IMPORTÂNCIA E REPERCUSSÃO NA MÍDIA  
DOS DEBATES PRESIDENCIAIS TELEVISIVOS NAS ELEIÇÕES  
BRASILEIRAS DE 2006**

**Porto Alegre  
2008**

**Carmen Regina Abreu Gonçalves**

**IMPORTÂNCIA E REPERCUSSÃO NA MÍDIA  
DOS DEBATES PRESIDENCIAIS TELEVISIVOS NAS ELEIÇÕES  
BRASILEIRAS DE 2006**

**Dissertação apresentada ao Programa de Pós-  
Graduação em comunicação e Informação,  
como requisito parcial para obtenção do Grau  
de Mestre em Comunicação e Informação.**

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Helena Weber**

**Porto Alegre  
2008**

**Carmen Regina Abreu Gonçalves**

**IMPORTÂNCIA E REPERCUSSÃO NA MÍDIA  
DOS DEBATES PRESIDENCIAIS TELEVISIVOS NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS  
DE 2006**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em comunicação e Informação, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Comunicação e Informação.

Conceito final: A  
Aprovado em 24 de abril de 2008.

BANCA EXAMNADORA

---

Prof. Dr. Antônio Fausto Neto – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Berenice Machado – Centro Universitário Feevale

---

Prof. Dr. Flávio Camargo Porcello – Universidade Federal do Rio Grande dos Sul

---

Orientadora – Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Helena Weber – Universidade Federal do Rio Grande dos Sul

## AGRADECIMENTOS

Ao meu marido por estar sempre ao meu lado, incentivando-me com amor carinho e compreensão.

À minha orientadora professora Dr<sup>a</sup> Maria Helena Weber pelos preciosos ensinamentos, pelo carinho, compreensão e principalmente por acreditar no meu trabalho.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, pela bolsa de estudo, que possibilitou a realização deste trabalho com dedicação exclusiva.

À querida amiga Marcela Santos por todo o apoio, incentivo, amizade, abrigo e ajuda carinhosa em todos os momentos do mestrado.

À colega que com o passar do tempo tornou-se uma amiga, Tânia Almeida dividindo as angústias e conquistas durante esta árdua, mas recompensadora caminhada.

À amiga Adriane Martins pela amizade e ajuda que deu início a realização deste sonho.

Ao professor e amigo Rudimar Baldissera, principal responsável pelo meu interesse em tornar-me uma pesquisadora, pelo exemplo, inspiração e carinho singulares.

Aos colegas, professores, especialmente a professora Dr<sup>a</sup> Marcia Benetti, e secretários do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, da UFRGS, pela convivência agradável e enriquecedora durante estes dois anos.

Ao amigo Charles Vilela pela disposição e carinho dedicados a leitura do trabalho.

À amiga Adriana Santos pela tradução.

## RESUMO

A pesquisa analisa o papel de dois debates televisivos centrais na eleição presidencial de 2006, o debate da “Cadeira Vazia” organizado pela TV Globo, no primeiro turno, e o “Duplo Combate” debate promovido pela TV Bandeirantes, no segundo turno. A disputa presidencial, em 2006, foi marcada por crises, denúncias e escândalos políticos. Apesar de todos os acontecimentos, que envolveram sua candidatura, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) foi reeleito. Nesse sentido, o estudo parte da concepção de que os debates políticos televisivos são espaços estratégicos de visibilidade política intermediados pela estética televisiva, objetivando-se a busca por credibilidade junto ao eleitor, além disso apresentam-se como elementos importantes da disputa eleitoral em uma eleição presidencial. O estudo procura entender o que faz dos debates televisivos formatos estratégicos para o processo eleitoral brasileiro. A metodologia utilizada nesta dissertação contempla pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, análise histórico-descritiva e estudos de discurso combinados a referências da semiótica utilizados nas análises dos debates e sua respectiva repercussão. O objetivo geral deste estudo é identificar quais são os elementos que tornam os debates televisivos centrais para a campanha eleitoral brasileira, em 2006. O debate político televisivo, apesar de ser um evento de curta duração, envolve um complexo processo de preparação técnica e investimento por parte dos promotores, emissoras de TV, e demanda um indispensável planejamento de estratégias por parte das candidaturas. Para os eleitores, é um momento único para observar os candidatos no embate direto configurando-se, assim, em importante fonte de informação.

**Palavras-chave:** Comunicação e Política. Mídia e Democracia. Debate Eleitoral e Televisão.

## ABSTRACT

This research analyses the role of two main television debates in the 2006 presidential elections. The “Empty Chair” debate, organized by Globo TV networks, during the first round, and the “Double Debate”, promoted by Bandeirantes TV networks, during the second one. The presidential competition was punctuated by crises, denouncement and political scandals. Despite all events surrounding his candidacy, the president Luiz Inácio Lula da Silva (PT) was reelected. This way, this study starts from the point that the television political debates are strategic spaces of political visibility mediated by the television esthetics, focusing on the voters credibility. Besides that, they also represent important elements in the electoral scene in a presidential election. The study searches for an understanding of what makes the television debates strategic frameworks for the Brazilian electoral process. The methodology used in this dissertation includes bibliographic research, documental research, historical-descriptive analysis and discourse studies combined to semiotics references used in the analysis of the debates and their repercussion. The general aim of this study is to identify which elements are the ones which make the television debates fundamental for the Brazilian electoral campaign, in 2006. The television political debate, despite being a short-term event, involves a complex process of technical preparation and investment by the promoters, TV broadcasters, and demands a fundamental strategies planning by the candidacies. As to the voters, it is a unique opportunity to observe the candidates in a direct confront, becoming, this way, an important source of information.

**Keywords:** Communication and Politics. Media and Democracy. Electoral Debate and Television

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Cenário debate na TV Bandeirantes – Primeiro turno .....	61
Figura 2 – Cenário debate na TV Gazeta – Primeiro turno .....	62
Figura 3 – Cenário SBT – Segundo turno .....	63
Figura 4 – Cenário debate na TV Record – Segundo turno .....	64
Figura 5– Cenário debate na TV Globo – Segundo turno .....	65
Figura 6– Cenário debate da Cadeira Vazia na TV Globo – Primeiro turno.....	70
Figura 7– Cadeira de Lula - debate da Cadeira Vazia na TV Globo – Primeiro turno .....	91
Figura 8 – Candidatos - debate da Cadeira Vazia na TV Globo – Primeiro turno.....	96
Figura 9 – Cenário debate do Duplo Combate na TV Bandeirantes – Segundo turno.....	112
Figura 10 – Imagem da tela dividida no debate na TV Bandeirantes – Segundo turno .....	116
Figura 11 – Lula e Alckmin “frente a frente” na TV Bandeirantes – Segundo turno .....	137
Gráfico 1 – Primeiro Turno da Eleição 2006 .....	156
Gráfico 2 – Segundo Turno da Eleição 2006 .....	157

## LISTA DE SIGLAS

AD	Análise de Discurso
Alckmin	Geraldo Alckmin
CBELA	Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos
Boechat	Ricardo Boechat
EPCOM	Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação
Estadão	O Estado de São Paulo
FHC	Fernando Henrique Cardoso
FSP	Folha de São Paulo
Globo	O Globo
HGPE	Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral
JN	Jornal Nacional
Lula	Luiz Inácio Lula da Silva
PCO	Partido da Causa Operária
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PRP	Partido Republicano progressista
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSDC	Partido Social Democrata Cristão
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 COMUNICAÇÃO E POLÍTICA .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 Esfera Pública e Opinião Pública.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2 Imagem Pública .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3 Televisão e Eleições.....</b>	<b>27</b>
<b>2.4 Propaganda Político-Eleitoral .....</b>	<b>30</b>
<b>2.5 O Poder da Notícia no Campo Político .....</b>	<b>35</b>
<b>3 A ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2006 .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 O Percurso Democrático .....</b>	<b>37</b>
<b>3.2 Os Principais Fatos da Eleição de 2006 .....</b>	<b>38</b>
<b>3.3 Os Principais Candidatos à Presidência da República .....</b>	<b>43</b>
<b>4 O DEBATE TELEVISIVO ELEITORAL .....</b>	<b>46</b>
<b>4.1 Metodologia da Pesquisa.....</b>	<b>50</b>
4.1.1 <i>Corpus</i> da Pesquisa.....	53
4.1.2 Procedimentos Metodológicos .....	54
4.1.2.1 Análise dos debates .....	55
4.1.2.2 Análise da repercussão dos debates.....	56
<b>4.2 Os debates televisivos na eleição presidencial de 2006.....</b>	<b>57</b>
4.2.1 Síntese dos Debates .....	59
<b>5 O DEBATE DA CADEIRA VAZIA – (TV GLOBO, PRIMEIRO TURNO).....</b>	<b>67</b>
<b>5.1 TV Globo e Eleições: tudo a ver .....</b>	<b>67</b>
<b>5.2 Estrutura e funcionamento do debate .....</b>	<b>69</b>
5.2.1 Vinhetas .....	69
5.2.2 Cenários .....	69
5.2.3 Regras .....	70
5.2.4 Mediações ou mediador.....	70
5.2.5 Os Presidenciáveis.....	71
5.2.5.1 Indumentária:.....	71
5.2.5.2 Aparência.....	71
<b>5.3 Desenvolvimento .....</b>	<b>71</b>

5.3.1 Primeiro Bloco: temas definidos por sorteio (impostos, desemprego e transporte).....	72
5.3.2 Segundo Bloco: temas livres (corrupção e segurança pública) .....	75
5.3.3 Terceiro Bloco: temas definidos por sorteio (energia, corrupção e infra-estrutura) .....	82
5.3.4 Quarto Bloco: temas livres (educação, saúde e Bolsa Família) .....	86
5.3.5 Quinto e Último Bloco: considerações finais .....	87
<b>5.4 Análise do Debate .....</b>	<b>89</b>
<b>5.5 Repercussão do Debate .....</b>	<b>93</b>
5.5.1 Nos Telejornais da TV Globo.....	93
5.5.2 Na Imprensa Nacional .....	101
5.5.2.1 As formações discursivas .....	102
5.5.3 Repercussão na internet.....	106
<b>5.6 Principais Marcas da Repercussão .....</b>	<b>107</b>
<b>6 O DUPLO COMBATE (TV BANDEIRANTES, SEGUNDO TURNO) .....</b>	<b>109</b>
<b>6.1 TV Bandeirantes: pioneirismo em debates .....</b>	<b>109</b>
<b>6.2 Estrutura e Funcionamento do Debate.....</b>	<b>110</b>
6.2.1 Vinhetas .....	111
6.2.2 Cenários .....	111
6.2.3 Regras .....	111
6.2.4 Mediações ou mediador.....	112
6.2.5 Os presidenciáveis .....	113
6.2.5.1 Indumentária.....	113
6.2.5.2 Aparência.....	113
<b>6.3 Desenvolvimento .....</b>	<b>113</b>
6.3.1 Primeiro Bloco: temas livres (Previdência Social, corte de gastos, aumento de imposto, Dossiê Vedoin, corrupção e escândalos) .....	114
6.3.2 Segundo Bloco: temas livres (Dossiê Vedoin, comparação de governos, corrupção, realizações de governo, privatização, Febem e saúde).....	119
6.3.3 Terceiro Bloco: temas (segurança pública, Petrobras, política externa, energia elétrica) .....	126
6.3.4 Quarto Bloco: temas (escândalos, segurança, maioria penal, aerolula).....	129

6.3.5 Quinto e Último Bloco: temas (Dossiê Vedoin, privatização, educação, considerações finais).....	133
<b>6.4 Análise do Debate .....</b>	<b>137</b>
<b>6.5 Primeiras Impressões do Encontro - entrevista.....</b>	<b>140</b>
<b>6.6 Repercussão do Debate .....</b>	<b>141</b>
6.6.1 No HGPE dos Candidatos .....	142
6.6.2 Na Imprensa Nacional .....	143
6.6.2.1 As formações discursivas .....	144
6.6.3 Repercussão na Internet.....	149
<b>6.7 Principais Marcas da Repercussão .....</b>	<b>151</b>
<b>7 ANÁLISE FINAL .....</b>	<b>153</b>
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>158</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>162</b>
<b>ANEXO A – Capa do O Estado de São Paulo.....</b>	<b>170</b>
<b>ANEXO B – Folha de São Paulo.....</b>	<b>171</b>
<b>ANEXO C – Capa da Folha de São Paulo.....</b>	<b>172</b>
<b>ANEXO D – Capa do O Estado de São Paulo.....</b>	<b>173</b>
<b>ANEXO E – Capa do O Estado de São Paulo.....</b>	<b>174</b>
<b>ANEXO F – Capa da Folha de São Paulo .....</b>	<b>175</b>
<b>ANEXO G – Capa do O Estado de São Paulo.....</b>	<b>176</b>
<b>ANEXO H – Capa do O Globo .....</b>	<b>177</b>
<b>ANEXO I – Capa da Folha de São Paulo .....</b>	<b>178</b>
<b>ANEXO J – Capa do O Estado de São Paulo.....</b>	<b>179</b>
<b>ANEXO L – Matéria Zero Hora Sobre Primeiro Debate na TV Brasileira .....</b>	<b>180</b>

## 1 INTRODUÇÃO

É impossível conceber uma campanha eleitoral, na atualidade, sem pensar principalmente nas estratégias comunicacionais a serem adotadas. O fazer político em uma sociedade democrática tornou-se, de certa forma, refém dos formatos e espaços que a mídia oferece. Vive-se em um tempo em que os atores políticos não podem ignorar que o poder de dar visibilidade ao discurso político está com o campo midiático. As disputas eleitorais acontecem, sobretudo, no ambiente televisivo.

Os campos da política e da comunicação são independentes, porém apresentam uma relação muito próxima na sociedade contemporânea. Apesar de serem campos com discursos e especificidades próprias, estão ligados por interesses diversos. A política sempre esteve embasada nos processos comunicacionais. Mesmo nos regimes ditatoriais a comunicação exerce papel fundamental, mas é nas sociedades democráticas que ela torna-se imprescindível para os atores políticos. Sem a visibilidade proporcionada pela mídia é praticamente impossível, atualmente, ao sujeito político atingir ou permanecer no poder. Por outro lado, a mídia torna-se, de certa forma, refém do campo político por necessitar dos fatos produzidos por este.

Essa relação complexa entre os campos político e midiático ocorre na esfera pública. Espaço em que se travam as mais variadas disputas e onde os discursos circulam e buscam legitimidade. Habermas (1984) compreendia a esfera pública como o espaço de ocorrência do debate livre e argumentativo. Uma concepção impossível de ser sustentada com o crescimento da imprensa. Para ele, a constituição da opinião pública dar-se-ia a partir da realização de discussões públicas com um público preparado para formular uma opinião fundamentada. A opinião pública está intimamente ligada à política desde seu surgimento. Para Champagne (1998), formar a opinião é o novo jogo político. A chamada opinião pública é o principal alvo da mídia e dos agentes políticos. Na sociedade contemporânea, nenhum outro espaço de formação da opinião pública tem o alcance e a credibilidade que a mídia possui.

Sendo assim, os atores políticos sabem que para conquistar o voto, seu principal objetivo, existe a necessidade de obter espaço na mídia. Mas esse estar presente na mídia, além de acontecer deve se dar de forma positiva. Melhor ainda, se a imagem do adversário for

negativa. Durante as eleições, a busca por uma imagem pública favorável é intensiva. A televisão sendo a mais influente das mídias é o melhor espaço para a visibilidade política. Nesta perspectiva, as candidaturas apostam cada vez mais nas estratégias de comunicação e *marketing*, profissionalizam-se e investem recursos volumosos na produção da propaganda eleitoral. A eleição de Fernando Collor de Mello, em 1989, marca a nova fase da relação entre a mídia e a política no Brasil.

É também emblemática, pois inaugura a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva (Lula) do Partido dos Trabalhadores (PT), a primeira de cinco, e ambos são protagonistas do primeiro grande debate político dos novos tempos. Este momento histórico é também provocador dos estudos mais importantes sobre a relação entre mídia, política, e televisão no Brasil. O debate político na televisão é o objeto de pesquisa desta dissertação e Lula, novamente, é um dos protagonistas.

Muitos estudos utilizados como referência neste trabalho tratam da relação existente entre mídia e eleições, mas não foram encontradas pesquisas<sup>1</sup> que investiguem a relevância dos debates televisivos para o processo eleitoral sob a perspectiva proposta. A televisão possui um histórico em que sua influência é defendida por muitos pesquisadores como decisiva nas disputas eleitorais. Nesse sentido, cabe ressaltar que analisar os debates televisivos durante uma campanha presidencial é tema atual e pouco explorado, especialmente em uma sociedade midiaticizada. O tema desta pesquisa contribui para o campo da comunicação e, especificamente, para a área da pesquisa em comunicação e política.

A eleição presidencial de 2006 foi marcada por crises, denúncias, escândalos políticos e proporcionou inúmeros questionamentos e inquietações aos pesquisadores interessados em comunicação e política. Uma vitória do candidato-presidente Lula seria difícil, na opinião de muitos analistas, já que pessoas ligadas a ele protagonizavam o cenário da crise iniciada um ano antes da eleição.

---

<sup>1</sup> Pesquisa realizada no site da Capes e em mecanismos de busca on-line. Encontramos um artigo que trata especificamente de debates presidenciais apresentado no 31º Encontro Anual da Anpocs, em 2007, com o título: Debates Presidenciais: As estratégias de Lula e Alckmin em 2006. Disponível em: <[http://201.48.149.89/anpocs/arquivos/11\\_10\\_2007\\_12\\_29\\_22.pdf](http://201.48.149.89/anpocs/arquivos/11_10_2007_12_29_22.pdf)>. Acesso em: 12 de fev. de 2008. Também a Tese de Doutorado de Luiz Claudio Lourenço: Abrindo a Caixa-Preta: da indecisão à escolha A eleição presidencial de 2002 trata dos debates presidências da eleição de 2002 em um de seus capítulos. O livro de Fausto Neto e Veron (2003) traz reflexões sobre o debate entre Lula e Serra, em 2002. Fausto Neto (2006) em texto publicado na revista Galáxia, reflete sobre estratégias da campanha eleitoral de 2006 com ênfase nos debates televisivos realizados no primeiro turno.

Tem-se naquele ano, segundo defendem jornalistas e pesquisadores, reunidos em uma publicação organizada por Lima (2007), uma cobertura jornalística desequilibrada quanto ao tempo de exposição dos candidatos realizada pelos principais grupos de mídia do país, sendo negativa para o candidato-presidente. O PT é atingido em seu principal pilar, a ética. Tudo contribuía para que Lula não fosse reeleito. Contrariando todos os prognósticos, Lula mantém-se 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 (Alckmin), do Partido da Social Democracia Socialista (PSDB), é o segundo colocado desde o início do processo e, mesmo com a inserção do “escândalo do dossiê” no cenário eleitoral não consegue avançar nos índices. Tudo parecia estar indo bem para Lula e a vitória no primeiro turno estava cada vez mais próxima. O candidato-presidente decide então não comparecer aos debates do primeiro turno da eleição presidencial de 2006. A ausência no debate promovido pela TV Globo, realizado dia 28 de setembro, foi amplamente divulgada, gerou matérias nos maiores jornais do país, comentários dos colunistas e indignação da emissora expressada no seu principal telejornal, Jornal Nacional. Geraldo Alckmin (PSDB) e os senadores Heloísa Helena (PSOL) e Cristovam Buarque (PDT) aproveitaram o espaço para investir contra o candidato ausente, já que as regras do programa permitiam perguntas para a “cadeira vazia”.

Uma estratégia ousada que parece ter custado caro ao petista. Segundo a opinião de vários analistas e 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 TV Globo seriam os fatos que impediram a vitória do candidato-presidente, já no dia 1º de outubro de 2006.

Lula e Alckmin obtiveram as maiores votações no primeiro turno, alcançando 48,61% e 41,64% dos votos válidos, respectivamente (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2007a). Os candidatos chegam ao segundo turno e se enfrentam em quatro debates nas emissoras de TV Bandeirantes, SBT, Record e Globo, nesta ordem. É nesse cenário que surge o tema desta dissertação, o papel dos debates televisivos na eleição presidencial de 2006, no Brasil.

Os debates, segundo Rubim (2004a, p. 11), reúnem “prestígio, negócios e audiência: uma convergência mais que tentadora para a mídia”. 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. Os debates repercutem em vários outros espaços como jornais, telejornais, blogs, sites especializados em jornalismo político, revistas e também na propaganda dos candidatos, no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). De acordo com Motta (2006a, p. 1) “para a mídia, os debates são mais atraentes enquanto notícia porque são mais francos e abertos que os produzidos programas eleitorais, onde a influência dos marqueteiros maquia o perfil dos presidenciáveis. Os debates são notícia, os programas, não”.

Os debates televisivos constituem-se em interessante objeto de pesquisa por mobilizarem as campanhas, gerarem alterações de estratégias, demandarem planejamento e investimento das emissoras e ainda ocuparem diferentes espaços na mídia. São produtos midiáticos completamente diferentes dos programas da propaganda eleitoral na TV, pois o candidato não controla esse espaço. Nele as fraquezas e limitações ficam mais evidentes e difíceis de serem dissimuladas. Nos debates na TV, onde tudo acontece ao vivo, é mais complicado esconder traços da personalidade que são disfarçados, ou omitidos em outras situações como nos programas eleitorais e em algumas entrevistas.

É em 2002, segundo Fausto Neto (2003, p. 122), que “a mídia televisiva reformula os processos editoriais e discursivos através dos quais vai proceder a midiaticização da política”.

Assim, redesenha a estrutura de alguns de seus gêneros, para assegurar a condição de ‘guardião do contato’ entre as relações mídia e sociedade, circunstância que avoca para si a acessibilidade de todo e qualquer discurso na esfera pública, mas com algumas peculiaridades em relação ao discurso político. (FAUSTO NETO, p. 122)

Dessa forma, para o autor, busca localizar a política além dos formatos da campanha oficial de propaganda. Nessa perspectiva, a TV “constrói seu ‘momento cívico’”, realizando debates com candidatos, organizados de acordo com a legislação eleitoral vigente, que repercutem em outros espaços midiáticos e refletem em “diferentes agendas de outros campos sociais (economia, negócios, publicidade, etc.)”.

Os debates mobilizam as candidaturas, alteram estratégias, exigem preparação do candidato, demandam investimento e planejamento por parte dos organizadores que esperam

retorno desse serviço prestado à democracia. São um importante espaço de visibilidade política, mas podem se tornar um problema caso o candidato não consiga alcançar um bom resultado. O debate é um evento de curta duração, mas que envolve um complexo processo de preparação técnica por parte dos promotores, emissoras de TV, e definição de estratégias do lado das candidaturas.

Eles são atraentes também para os eleitores que, assistindo ou não ao evento, acabam discutindo o desempenho dos candidatos. Segundo um levantamento do Estudo Eleitoral Brasileiro<sup>2</sup>, para 63,1% dos eleitores entrevistados, os debates entre candidatos, na TV, são a fonte de informação considerada mais importante.

Importa ressaltar que a eleição de 2006 é interessante para pesquisa sob vários aspectos, dentre eles pelo fato de ser a primeira vez que um presidente em exercício, concorrendo à reeleição, participa de debates na televisão no Brasil.

Partindo-se do pressuposto de que os debates políticos televisivos são espaços estratégicos de visibilidade política intermediados pela estética televisiva, objetivando-se a busca de credibilidade junto ao eleitor, e apresentam-se como elementos importantes da disputa eleitoral em uma eleição presidencial, o problema de pesquisa reside nas seguintes questões: Por que os debates presidenciais televisivos são formatos estratégicos para o processo eleitoral brasileiro? Quais as singularidades dos debates na campanha de 2006? Qual é a repercussão obtida pelos debates? Como ocorre a relação entre candidatos, televisão e eleições?

Diante dessas questões, o objetivo geral deste estudo é identificar quais são os elementos que tornam o debate televisivo central para a campanha eleitoral. Os objetivos específicos são:

a) analisar os debates organizados pela TV Globo, no primeiro turno e TV Bandeirantes, no segundo turno;

b) analisar o comportamento dos candidatos no debate e a intervenção da televisão; mapear a repercussão dos debates em diferentes meios de comunicação (jornais, telejornais, internet) e no HGPE;

---

<sup>2</sup> Dados de 2002. Levantamento publicado na Revista mensal de informações e debate do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud). Disponível em: <http://www.desafios.org.br/Edicoes/25/artigo26093-1.asp>. Acesso em: 20 out. de 2006.



c) contribuir para os estudos no campo da comunicação política, especialmente, no que tange ao debate político.

Para atingir esse objetivo foi definido como *corpus* da pesquisa, os 2 (dois) debates televisivos realizados na TV Globo e na TV Bandeirantes; os telejornais da Rede Globo (Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo); os jornais de circulação nacional (Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo); Blogs da Internet (Blog do Noblat e Josias de Souza – nos bastidores do poder) e o HGPE. A escolha destes dois debates entre os sete realizados, sendo seis em canal aberto e um em canal fechado, justifica-se por serem os dois eventos políticos midiáticos que encerraram e abriram, respectivamente, etapas da campanha presidencial, além de estarem inseridos nas discussões sobre a alteração do cenário político da disputa eleitoral. Além disso, esses dois debates foram os que obtiveram maior repercussão em outros espaços midiáticos. Cabe ressaltar, ainda, que o debate da TV Globo apresenta-se como inovador, pois permite que questões sejam dirigidas a um candidato ausente, já o debate na TV Bandeirantes é o primeiro em que um presidente em exercício no Brasil comparece.

A metodologia utilizada nesta dissertação contempla pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, análise histórico-descritiva e estudos de discurso combinados a referências da semiótica utilizados nas análises dos debates e sua respectiva repercussão.

O trabalho está dividido em oito capítulos, incluindo a introdução. No segundo capítulo procura-se situar os estudos e a relação entre comunicação e política na contemporaneidade. Neste capítulo, os tópicos apresentados são: esfera pública e opinião pública, imagem pública, e propaganda político-eleitoral, televisão e eleições e produção da notícia. Os principais autores utilizados nesta etapa são Antônio Fausto Neto, Maria Helena Weber, Antonio Albino Canelas Rubim, Patrick Charaudeau, Wilson Gomes e Afonso Albuquerque.

O capítulo três trata da eleição presidencial de 2006 e seu contexto. Apresenta-se um resumo dos principais fatos que marcaram a última disputa pelo principal cargo do país. Parte-se de um pequeno histórico das eleições pós-ditadura no Brasil para, então, explorar o cenário eleitoral onde, apesar de todas as adversidades, Lula foi reconduzido à Presidência da República.

No capítulo quatro, apresenta-se uma contextualização e referências sobre os debates televisivos, já tradicionais em diversos países, mas de recente inserção na política brasileira. É neste capítulo que se explicita o referencial metodológico adotado e os procedimentos utilizados na análise.

As análises individuais são realizadas nos capítulos cinco e seis, respeitando as especificidades de cada debate. No capítulo sete é apresentada a análise final. Ainda neste capítulo dois gráficos ilustram os principais fatos da campanha eleitoral e a posição dos candidatos melhor colocados nas pesquisas de opinião pública. O capítulo oito traz as considerações finais. As referências bibliográficas encerram o trabalho. Em anexo, constam capas dos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo utilizados nas análises.

## 2 COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

Ligadas uma a outra, política e comunicação possuem uma relação com interesses que, em alguns momentos, convergem e, em outros, chocam-se, mas que, indiscutivelmente, entrelaçam-se em uma sociedade midiaticizada, em que 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 (2006a). De acordo com Berger (1997, p. 1), “observar a relação entre o Campo Político e o Campo Midiático propicia compreender um dos aspectos mais intrigantes da atualidade”.

Diversos estudos têm surgido motivados pela relação cada vez mais acentuada entre a comunicação e a política na contemporaneidade. Em 1989, com a eleição de Fernando Collor de Mello, surge um novo quadro no Brasil e pesquisadores, reunidos no I Simpósio Nacional de Pesquisa em Comunicação, organizado pelo Centro Brasileiro de Estudos Latino-Americanos (CBELA), dão início a discussões sobre o papel da comunicação no processo político brasileiro. Precusores da área que contribuíram e continuam colaborando com investigações sobre o fazer político em uma sociedade ambientada pela mídia.

Segundo Gomes (2004), nas décadas de 80 e 90, as publicações sobre comunicação e política superaram o que havia sido produzido nos setenta anos anteriores. Para ele, foi nesse período que se estabeleceu realmente uma especialidade, com a área acumulando um volume de pesquisa significativo que gerou a impossibilidade de um acompanhamento, devido à amplitude dos aspectos analisados, o volume e a origem geográfica dos autores.

Desse modo, a comunicação política, em particular, e a interface entre a política e os fenômenos, recursos e linguagens da comunicação de massa, em geral, despontam nas últimas décadas como uma área de interesse central para os pesquisadores de ciências políticas, comunicação, filosofia política e de outras ciências sociais. Pouco a pouco foi se formando uma especialidade interdisciplinar, sobre a qual se acumulam pesquisas empíricas e estudos teóricos em um volume consideravelmente elevado e que vem crescendo em proporções extraordinárias nos últimos anos. (GOMES, 2004, p. 22)

Conforme Rubim (2000) torna-se fundamental que se compreenda os atuais poderes da política e da comunicação, suas transformações, vinculações e significações na sociabilidade contemporânea, inclusive para que se possa efetuar uma intervenção guiada por

uma visão democrática e, assim, obter efetividade na análise da sociedade capitalista e na constituição de uma sociabilidade mais justa.

A relação entre a política e a comunicação fica evidenciada durante as disputas eleitorais, mas Rubim situa o surgimento dessa aproximação na Grécia clássica, “mais precisamente em Atenas, no século 5 a.C., nascem simultaneamente, conforme muitos autores, a reflexão acerca da política, a retórica e a prática política, em um sentido rigoroso” (RUBIM, 2000, p. 18). Ele destaca que durante muito tempo o caráter predominante da relação foi o de instrumentalidade. Gomes (2004, p. 44) observa, “é bom esclarecer que o que hoje nós conhecemos como a área de pesquisa em comunicação e política surge na verdade como dois endereços de investigação”. Estando divididos, segundo o autor, entre a “pesquisa sobre fenômenos do universo político [...] e a pesquisa sobre dimensões e aspectos do mundo da comunicação e da cultura de massa que se vinculam a política”. Esta divisão existente entre as disciplinas tende a diminuir e desaparecer, acredita o autor.

Para Rubim e Colling (2006, p. 12) a compreensão dos “imbricamentos, as sintonias e os confrontos entre estes campos têm relevância evidente quando se quer refletir acerca das novas configurações da política e das eleições, mais especificamente, em uma contemporaneidade ambientada pela mídia”. Os autores argumentam que as obras disponíveis sobre as atuais relações entre comunicação e política navegam em horizontes amplos e contrastantes. Ressaltam que, para alguns autores, a dominação vem da política e se concebe a comunicação como algo puramente instrumental, não se conferindo a ela nenhuma capacidade de autonomia e impacto significativo sobre o campo político. Em contrapartida, existem os que defendem a subordinação constante da política à mídia e até do fim da política em uma sociedade transbordante de mídia. O que Bourdieu (1989, p. 110) chama de “lutas pelo poder de di-visão” quando aborda a disputa existente entre os cientistas pelo domínio de uma determinada área do saber.

Retomando a análise de Rubim e Colling (2006, p. 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.

Já Sodré (2006, p. 34) argumenta que, “a expressão ‘novas formas de política’ comporta a idéia de um retrabalho generalizado das mediações tradicionais, também com conseqüências que apontam para uma mutação identitária em outras instâncias da sociedade”. Em relação ao período político, ainda segundo o autor, “os candidatos são como que absorvidos ou ‘solicitados’ por uma conjuntura político-social em que predomina uma esfera de valores midiática, suscetível de acionar a força plebiscitária das massas contra o formalismo burocrático, ou eventualmente doutrinário dos partidos”.

Ocorre, aí, uma supervalorização da imagem pública, ou uma dependência constante do sujeito político em relação ao poder de dar visibilidade que a mídia possui. 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 transfiram-se para as telas deslocando-se desta forma, das ruas, praças, instituições tradicionais onde o fazer político era realizado prioritariamente antes do advento e consolidação da mídia.

Porém, essa nova realidade não se configura em uma total alteração da política e suas práticas consolidadas. Gomes (2004) faz uma análise sobre a transformação da política, na era da comunicação de massa, e as conseqüências no processo democrático. Sem ignorar que relevantes mudanças ocorreram ao logo dos últimos anos, o autor observa que a maior parte das assinaladas pelos estudos deu-se, não no interior do campo político, mas na relação com outro campo, o midiático.

## **2.1 Esfera Pública e Opinião Pública**

Quando se fala sobre os campos da política e da comunicação, torna-se necessário dedicar espaço para a abordagem, mesmo que breve, dos conceitos de esfera pública e opinião pública. É na esfera pública que ocorrem as mais variadas disputas e onde os discursos circulam. Para Maia (2006, p. 1), “a esfera pública refere-se ao reino do debate, da discussão livre entre os cidadãos considerados iguais política e moralmente, sobre questões de interesse comum. É a arena em que se processa a vontade coletiva e se justificam as decisões políticas”. A definição da autora sobre esfera pública está baseada na concepção de Habermas (1984).

De acordo com Habermas (1984, p. 110), “o auto-entendimento da função da esfera pública burguesa cristalizou-se nos topos da ‘opinião pública’”. Os burgueses do século XVIII reuniam-se em salões e cafés para difundirem suas idéias através de panfletos políticos e da imprensa de pequeno porte, assim formavam um público que não tinha poder de governar, mas criticava e recomendava ações a serem cumpridas pelo poder político.

Mas com o advento da imprensa, na sociedade contemporânea, tornou-se impossível conceber uma esfera pública como aquela denominada por Habermas, onde ocorreria o debate livre e com argumentos constituindo assim uma opinião pública. A formação da opinião pública, para o autor, acontece a partir da realização de discussões públicas, em que o público estaria preparado para formular uma opinião fundamentada. “A opinião pública se forma na luta dos argumentos em torno de algo, não sem crítica, na aprovação ou rejeição, seja ela ingênua ou plebicitariamente manipulada, em relação a pessoas, através do *common sense*” (HABERMAS, 1984, p. 85).

Em uma análise sobre a nova conformação da política na contemporaneidade, Sodré (2006, p. 40) diz que, “a política em seu sentido mais forte simplesmente deixa de compor a visibilidade do espaço público ou pluralidade da representação”. Seguindo sua argumentação em relação às alterações da política e seus atores em uma sociedade ambientada pela mídia, o autor refere-se ao conceito, bastante discutido, de opinião pública.

A opinião pública está intimamente ligada à política desde seu surgimento. Para Champagne (1998, p. 48), “é a opinião manifestada a respeito da política por grupos sociais restritos cuja profissão é produzir opiniões e que procuram entrar no jogo político, modificando-o e transfigurando suas opiniões de elites letradas em opinião universal, intemporal e anônima com valor na política”. No século XVIII, a opinião pública era então aquela formada por pessoas destacadas na sociedade que podiam, supostamente, responder por toda a comunidade.

Essa opinião pública ‘esclarecida’ que, por esse motivo, supostamente, ilumina a nação inteira, não desapareceu em nossos dias, embora coexista com aquela que é produzida pelos institutos de sondagem: exprime-se essencialmente sob a forma dos relatórios escritos pelas comissões de reflexão que congregam ‘personalidades competentes’ em torno de problemas da sociedade difíceis ou insolúveis, pelo menos, em determinado estado da moral pública. Champagne (1998, p. 49)

Segundo Thiollent (1986, p. 16), “a opinião pública é uma noção comumente utilizada para designar o que a maioria da população de um país julga, gosta, prefere em matéria de política, de economia ou de outros assuntos de importância nacional ou internacional”. Conforme o autor, “os meios de comunicação (imprensa, rádio, televisão) contribuem para formar as tendências da opinião pública ao divulgar posições, ou interpretações de fatos favoráveis, ou desfavoráveis ao poder público vigente, ou a grupos de interesses (empresários, sindicatos, etc.) que atuam na sociedade” (THIOLLENT, 1986, p.16).

Na definição de Tarde (1992, p. 83), “opinião, diremos, é um grupo momentâneo e mais ou menos lógico de juízos, os quais respondendo a problemas atualmente colocados acham-se reproduzidos em numerosos exemplares em pessoas do mesmo país, da mesma época, da mesma sociedade”. Na visão do autor, essas condições são essenciais, como também é preciso que cada um tenha a mesma percepção que os outros sobre um tema. Essa afinidade, em torno de uma idéia, parte de uma concepção individual e se transforma gradativamente em uma idéia coletiva. “A transformação de uma opinião individual numa opinião social, na ‘opinião’, foi devida à palavra pública na Antiguidade e na Idade Média, à imprensa nos dias de hoje, mas em todas as épocas e, acima de tudo, às conversações”.

Landowski (1992, p. 19) diz que, “encontramos hoje dois tipos de especialistas da opinião pública. Uns interrogam-se sobre seu modo de existência e sobre as condições de sua manifestação, outros respondem por sua existência e se encarregam, por profissão, de manifestá-la”. O mundo político não prescinde da opinião pública. Ela é o alvo de todas as suas manifestações, principalmente nos dias de hoje, quando os meios de comunicação possibilitam que os profissionais que trabalham com a política busquem a visibilidade perante a massa.

Essa opinião pública não seria mais aquela denominada por Habermas que consistia na manifestação das elites. Atualmente, a opinião pública está mais ligada à imagem pública, alvo da preocupação dos homens públicos. O cuidado com as manifestações feitas perante o público passou a ser fundamental com o advento da mídia, principalmente da televisão. Ter imagem positiva perante a opinião pública é o principal objetivo dos que estão no poder ou querem chegar até ele.

Nos últimos vinte anos, a novidade reside no fato de que os estudos de ‘opinião pública’ têm sido limitados quase inteiramente às pesquisas de opinião realizadas

pelos institutos de sondagem sob a responsabilidade de cientistas políticos; além disso, a prática da sondagem de opinião ocupa uma importante posição na vida política, simultaneamente, como produto jornalístico, como pretensa avaliação imparcial da ‘opinião pública’ e como técnica que permite uma elaboração aparentemente mais sofisticada das estratégias da maior parte dos atores políticos de âmbito nacional. Champagne (1998, p. 85)

De acordo com Sodré, isto não significa que a opinião pública não exista. “Na verdade, o controle estatístico da cidadania pelas sondagens (a organiza o do questionário para as entrevistas induz respostas e produz um pseudofen meno político), canaliza e orienta certas disposi es preexistentes ou latentes um ethos, portanto, convertendo-as virtualmente em opinião ‘política’”. Sodré afirma não ter d vidas de que a opinião pública existe, “mas como uma estratégia de buscar o que de algum modo já se tem” (2006, p. 44).

Bourdieu (1983) acredita que não existe uma opinião pública. Ele defende que um posicionamento é complexo e, desta forma, exige um senso crítico, sendo assim, é praticamente inexistente a igualdade de posicionamento entre duas pessoas, e menos provável ainda o consenso de uma comunidade inteira. Para o autor, o que pode ocorrer são opiniões pessoais. Bourdieu analisa, em seu artigo “A opinião pública não existe”, o desenvolvimento e as fun es das pesquisas de opinião.

Motta (2006, p. 1) argumenta que “muitos analistas céticos das rela es entre a média e a política sustentam que a opinião pública sequer existe na sociedade de massas, foi substituída pelas audiências, por telespectadores ou consumidores passivos do grande espetáculo da política”. Segundo o autor, “a opinião pública cidadã – segue o argumento – foi trocada por uma elite de formadores de opinião (incluindo os profissionais da média), que dirigem o Estado, a economia e a política a seu bel prazer e vontade”(MOTTA, 2006, p. 1).

Para Gomes (2004, p. 357), “parece evidente que nunca os problemas contemporâneos da forma o, administra o e imposi o da opinião pública política foram tão discutidos quanto em nossa época”. Segundo ele, as discussões se concentram, prioritariamente, no sentido da rela o entre opinião e comunica o de massa.

Na sociedade contemporânea, existem inúmeros espaços onde ocorrem manifesta es que colaboram para a forma o da opinião pública. Mas nenhum tem a influência e abrangência do campo midiático. Os governos e, conseqüentemente, os políticos necessitam da aprova o e apoio da opinião pública. Em uma sociedade midiaticizada, bem distinta da época de Habermas, para se conquistar o apoio da opinião pública necessita-se ter acesso a



ela. O caminho passa, inevitavelmente, pelo campo midiático e seu poder de dar visibilidade aos atores políticos e aos fatos. Conforme Azevedo (2004, p. 44), os vários anos de investigações estão fortalecendo “a tese de que a mídia de massa é capaz de estruturar e organizar imagens, ao mesmo tempo contingentes e permanentes, tanto no plano sociológico (construção social da realidade e padrões de sociabilidade), como político (formação da opinião pública e escolha eleitoral)”.

Independente da polêmica instaurada entre os pesquisadores sobre a existência ou não da opinião pública, ela é o alvo principal dos atores políticos. As pesquisas ou sondagens de opinião que, em tese, expressam o que se convencionou chamar de opinião pública são muito utilizadas para identificar o posicionamento dos candidatos ao longo da campanha política. A partir delas, os atores políticos traçam estratégias, tomam e alteram decisões que podem modificar o rumo de uma campanha eleitoral. Segundo Fausto Neto (2006, p. 19), “as pesquisas de opinião pública se constituíram num dos elementos que vão estruturando os seus processos de afetação junto ao campo político, pois é graças a elas que imagens e conceitos se firmam em torno de candidatos, além da inevitável geração de processos de tematização e agendamento”.

Durante o período eleitoral, principalmente, as pesquisas despontam como forte indicativo e sua divulgação é notícia. Com base nos resultados que elas apresentam, as assessorias dos candidatos traçam estratégias para manter, ampliar ou recuperar a dianteira na disputa. A posição que os candidatos ocupam, durante a campanha, pode ser acompanhada pelo cidadão/eleitor, quase que diariamente através das pesquisas encomendadas pelos veículos de comunicação aos institutos de opinião. Porém, cabe ressaltar que não só durante o período eleitoral os veículos de comunicação encomendam e divulgam pesquisas. Elas também ocorrem em outros momentos, por exemplo, quando é medida a popularidade dos governantes, principalmente do Presidente da República.

## 2.2 Imagem Pública

De acordo com Hannah Arendt (1993), para “ser” é necessário “aparecer”. Segundo pressupostos da teoria do agendamento “*agenda setting*” a mídia é responsável pelo que as pessoas falam no dia-a-dia. “Ao selecionarem e divulgarem as notícias, os editores, os profissionais da redação e os meios de difusão desempenham um papel importante na configuração da realidade política”, McCombs e Shaw (1993, p. 47). Partindo desta perspectiva, 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. Conforme destaca Gomes (2004), os agentes da política desejam estar nos jornais, revistas, rádios e na televisão aparecendo, é claro, com uma imagem positiva e também esperam ver seus adversários expostos negativamente perante o público.

Se a mídia é responsável pelas questões que são abordadas pelos eleitores, cotidianamente, nenhum agente político pode prescindir de estar na cena pública. 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 midiática das campanhas e a sua profissionalização crescente, a disputa que os candidatos travam pela visibilidade é a cada eleição maior. Com a intenção de manter o poder fiduciário que lhe é depositado, o político utiliza como pode a mídia para manter uma boa imagem perante o povo.

Segundo Rubim (2004, 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 indispensável hoje na luta eleitoral midiática. De acordo com Weber, “o modo de produção de imagens políticas modificou o modo de fazer política” (2004, p. 270).

Em relação à disputa constante, Gomes observa que “disputam-se audiência, atenção, interesse e predileção do público, disputa-se o tempo livre do cidadão, disputam-se a memória

e a preferência do consumidor, disputa-se o apoio da opinião pública e a eleição das próprias pretensões políticas pelo eleitorado” (2004, p. 244).

Acredita-se que tanto no que tange à cobertura jornalística de uma eleição como na constituição de campanhas, a visibilidade é fator fundamental para a sociedade e atores políticos. A argumentação de Weber reforça esta realidade.

A cobiça por uma imagem pública favorável sintetiza o movimento da política contemporânea, que faz da sua medição indicador de qualidade, credibilidade, nas disputas de manutenção e conquista de poder. Trata-se de uma política de visibilidade programada para mostrar as partes possíveis e produzir opiniões e esconder as outras. A credibilidade da política está diretamente associada à credibilidade da mídia, mas não existe sem as mediações engendradas no seu próprio campo. Instituições e sujeitos políticos desejam ser adotados e defendidos pelas mídias para que assim possam capturar as opiniões (2004, p. 297).

Ainda, segundo a autora, “imagem é o estatuto orientador da contemporaneidade, demarcada pelos excessos e fragmentos de informações, indicadora de poder e demarcadora do modo publicitário de olhar o mundo” (2004, p. 265). Para o político o olhar, a visibilidade, o “aparecer” é vital e pode ocorrer de forma positiva ou negativa. Para Arendt (1993, p. 85), “desde o início da filosofia formal, o pensamento foi concebido em termos de visão. E como o pensamento é a mais fundamental e a mais radical das atividades espirituais, a visão ‘tendeu a servir de modelo para a percepção em geral, e, portanto, de medida para os outros sentidos’”. Gomes (2004) fala da preocupação do político com sua imagem pública. Ele explica que esta imagem não está relacionada aos aspectos visuais de algo ou alguém. “Formar uma imagem é, portanto, reconhecer um conjunto de propriedades como características de determinadas instituições e atores políticos – um ‘reconhecimento’ que, a bem da verdade, é uma atribuição” (2004, p. 255). Mas, apesar de não ser visível, a imagem pública de algo ou alguém tem uma aparência projetada na mente das pessoas.

Ainda, de acordo com Gomes (2004), o fenômeno da imagem pública é antigo, não surgiu agora. 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. Nesse sentido, eram dados “conselhos de todas as ordens sobre a maneira

de falar, de postar a voz, de articular, de assumir atitudes físicas, de gesticular, por que pensavam que o ‘corpo é o espelho da alma’, mas também na maneira de expor suas idéias, de apresentar seus argumentos e de convencer o 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. Para Gomes (2004), não resta dúvida de que a preocupação com a imagem pública está essencialmente relacionada com a política em nossos dias.

Segundo Charaudeau (2006a, p. 287), “a política se desenvolve na cena pública, e essa é uma cena de teatro na qual se expõe ao mesmo tempo o ator, o personagem e a pessoa”. Desta forma o político é, portanto, levado obrigatoriamente a exercer “o triplo papel de ator, personagem e de pessoa: como ator, mostra sua imagem, na verdade seu carisma; como personagem, desempenha plenamente seu papel de político no exercício de suas funções; como pessoa – discretamente destilada -, mostra que não é menos humano, que tem sentimentos como os demais” (CHARAUDEAU, 2006a, p. 287).

A imagem de um político é muito frágil e pode ser destruída rapidamente, por isso todo o cuidado é pouco com a administração desta imagem perante o público. Os últimos acontecimentos, envolvendo atores e agentes políticos em todas as esferas dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário têm sido acompanhados pelos cidadãos através dos meios de comunicação. Os veículos de comunicação têm reservado considerável espaço de seu tempo mostrando diariamente questões relacionadas aos escândalos de corrupção que têm se sucedido no país. Os escândalos divulgados pela mídia expõem os atores políticos e desgastam a imagem destes que precisarão desenvolver estratégias poderosas para amenizar e tentar reverter os danos causados pela exposição negativa que vem sofrendo diariamente.

### **2.3 Televisão e Eleições**

A televisão é a mais influente das mídias. De acordo com Weber (2006, p.15), “a televisão que é a síntese da comunicação midiática e definidora da visibilidade política. O espaço das mídias é o espaço do poder, o poder de traduzir e influenciar diretamente ao

exercício dos outros poderes, exercita suas estratégias, editando, veiculando, opinando”. 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 com a inauguração da TV Tupi, de São Paulo, do Grupo Diários e Emissoras Associados, (PORCELLO, 2004). De lá para cá ampliou seu alcance e mais de 90% das residências no país tem aparelhos de TV (ZUFFO, 2006 )

Verón classifica a história da TV em três etapas. A etapa inicial se daria dos anos 50 até os anos 70. Já a segunda fase se principia nos anos 80, período de transição entre os dois momentos, e se estende até o final do século passado. Para Verón (2003, p. 24), “a passagem para o terceiro milênio comporta o esboço de uma terceira etapa da história da televisão de ‘massas’”. Ele destaca que na primeira etapa, “o Estado – nação é o interpretante, o mundo é o objeto dinâmico, o *representamen* estrutura-se através do eixo indicial do olhar”. Com a passagem para a segunda fase “a função fática incorporada pelo apresentador é enriquecida por uma função expressiva cada vez mais importante, e essa combinação vai ‘absorver’ a função referencial: o contato se transforma em confiança, vínculo que passará a fundamentar a credibilidade do enunciado” (VERÓN, 2003, p. 25).

Na perspectiva do autor, um deslizamento para a terceira etapa ocorre com “uma certa crise de credibilidade dos meios informativos em geral, e da televisão em particular, que começará a ser sentido na segunda metade dos anos 1990” (VERÓN, 2003, p.25)”. É na transição dos milênios que acontece a explosão dos *reality shows* provocando grandes audiências e marcando a história.

“A televisão é imagem e fala, fala e imagem. Não somente a imagem, como se diz algumas vezes quando se trata de denunciar seus efeitos manipuladores, mas imagem e fala numa solidariedade tal, que não se saberia dizer de qual das duas depende a estruturação do sentido” Charaudeau (2006b, p. 109). Para o autor, é óbvia a singularidade de cada uma, pois constituem um sistema semiológico particular, “cujo funcionamento discursivo constrói universos de sentidos particulares, podendo a imagem jogar mais com a representação do

sensível, enquanto a palavra usa da evocação que passa pelo conceitual, cada uma gozando de certa autonomia em relação à outra” (CHARAUDEAU, 2006b, p. 109.).

Albuquerque (2004) argumenta que como ocorre em quase tudo que diz respeito à utilização das tecnologias da comunicação e informação, os Estados Unidos foram os primeiros a utilizar a TV para as campanhas políticas.

Muitos estudos já foram realizados sobre a participação da TV em eleições. Entre eles pode-se destacar Lima (2001), o autor faz uma análise da eleição presidencial de 1989 e da influência da mídia neste pleito. Segundo ele, as análises “confirmam uma tendência contemporânea nos estudos de comunicação que aponta para o reconhecimento do poder da mídia, agora não mais em termos de efeitos comportamentais de curto prazo, mas de ‘efeitos cognitivos’ de longo prazo” (LIMA, 2001, p. 221). Dentro desta perspectiva, de acordo com o autor, existe unanimidade “no reconhecimento da televisão como a mais poderosa mídia contemporânea”.

Diante disso, os sujeitos políticos buscam a todo o momento inserir-se neste espaço privilegiado de divulgação da imagem pública. Participam dos mais variados programas, muitos detêm concessões de rádios e TV, e não perdem uma oportunidade de se fazer presente perante às câmeras. Conforme Porcello (2004, p. 34),

O Brasil, hoje, possui uma Mídia, concentrada nas mãos de grupos políticos. O relatório ‘donos da Mídia’, realizado pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM) [...] aponta que as seis redes privadas de TV, no Brasil, aglutinam 140 grupos afiliados, abrangendo 667 veículos de comunicação, entre TVs, rádio e jornais. E são a base de um sistema de poder político e econômico, fortemente, enraizado nas regiões do país.

Os atores políticos só evitam as câmeras quando estão envolvidos em algum escândalo, mas assim que o “caso” esfria voltam a buscar visibilidade. 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”.

A televisão ocupa um papel de protagonista durante as eleições no Brasil e desde 1989, essa estreita ligação tem sido foco de muitos estudos. A televisão é o principal veículo de informação para a maioria da população. “É indiscutível a influência da TV na formação de opinião por parte do público. Mais do que informar, ela forma conceitos e opiniões” (PORCELLO, 2006, p. 82).

De acordo com Lima (2006, p. 61), 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. Familiares e amigos (também expostos a ela) ficaram em segundo lugar com 18%; depois vieram os jornais com 7%, rádio com 6% e colegas de trabalho com 4%. Já em relação à credibilidade, o Lima (2006, p. 171) cita a pesquisa Ibope de agosto de 2005, veiculada na revista Carta Capital nº 400 de julho de 2006, que aponta que a TV (entre 18 instituições pesquisadas) está em sexto lugar passando à frente do rádio, do Judiciário, do Congresso Nacional, dos partidos políticos e dos políticos, nesta ordem.

Como se observa em várias ocasiões do processo político brasileiro mais recente, o campo das mídias e a TV, de modo particular, não se constitui apenas num dispositivo de representação do que se passa na cena política, mas se converte, segundo estratégias discursivas distintas em dispositivos que não só narram, mas agem sobre o espaço político, avocando a si, muitas vezes, a condição de um poder a partir do qual põe em funcionamento estratégias de onde se aponta os caminhos e os destinos da política e os dos seus atores. Fausto Neto (2003, p 120).

O campo político reconhece a importância e força da televisão. Em 2002, tem-se um exemplo significativo quando Lula no dia em que é eleito, 27 de outubro, data também de seu aniversário, aparece no Fantástico, programa de grande audiência da Rede Globo aos domingos à noite. O que se podia esperar é que o novo presidente concedesse uma entrevista coletiva, mas ele surpreende e decide privilegiar um programa de televisão da Rede Globo. No dia seguinte, divide com Willian Bonner a bancada do Jornal Nacional. Exemplo da influência e fascínio que a TV exerce no comportamento político.

## **2.4 Propaganda Político-Eleitoral**

A persuasão é a principal estratégia da propaganda política, ela é utilizada pelos atores políticos para convencer e conquistar os eleitores. De acordo com Charaudeau (2006a, p.79), “sendo a política um domínio de prática social em que se enfrentam relações de forças simbólicas para a conquista e a gestão de um poder, ela só pode ser exercida na condição

mínima de ser fundada sobre uma legitimidade adquirida e atribuída”. Porém, segundo o autor, isso não basta, “o sujeito político deve também se mostrar crível e persuadir o maior número de indivíduos de que ele partilha certos valores” (CHARAUDEAU, 2006a, p. 79).

Nessa perspectiva, as campanhas eleitorais estão mais profissionalizadas a cada eleição. A ação dos especialistas que trabalham em uma campanha é mais visível na propaganda eleitoral, mas ela está presente em muitas outras etapas da campanha. A questão central que envolve a discussão sobre a profissionalização das campanhas é segundo Gomes (2004, p. 72), “a passagem de modelos”. Ele destaca a alteração de formatos, em que se tinha uma campanha conduzida “por políticos e pessoas com filiação partidária, baseada, em sua maior parte, em trabalho voluntário, idealista e amador”, agora se tem “um modelo em que se verifica uma forte especialização de tarefas, mormente daquelas associadas à lida com comunicação de massa”.

São as inovações tecnológicas que exigem uma qualificação específica daqueles que lidam com a comunicação política. De acordo com Gomes (2004, p. 73), “novas tecnologias demandam novos técnicos”. Diante desta necessidade de “mercado” os políticos buscam profissionais capacitados para atender à demanda que uma campanha eleitoral desenvolvida principalmente na mídia apresenta.

Nesse sentido, o *marketing* ganha espaço e se diz muitas vezes que possui o poder de “fabricar” o candidato. Kuntz e Luyten (1982, p. 14) já enfatizavam, “ouve-se, cada vez mais insistentemente, a palavra *marketing* ligada a atividades eleitorais” Segundo os autores, “nada mais comum, desde que se vincule esta palavra a seu significado tradicional que é o de se buscar a satisfação dos consumidores”. Eles salientam a importância de se diferenciar de que consumidor se está falando, do eleitor ou do político. Para os autores, é comum se observar a preocupação dos profissionais de *marketing* apenas com o políticos, deixando os interesses do eleitor de lado.

Para Manhanelli (1992, p. 19). “o *marketing* eleitoral surgiu praticamente com o *marketing*”. Ele defende que o *marketing* passou por fases. Primeiro, segundo o autor, “os candidatos utilizavam-se de princípios básicos de divulgação para implantar sua campanha, fazendo o que conselheiros ou assessores, e eles próprios, achavam que seria melhor para os cidadãos”. Esta situação fazia com que só se soubesse da eficácia, ou não, das ações após serem postas em prática. Depois, “na era da propaganda, os políticos perceberam que a



propaganda poderia minimizar as reações populares e despertar uma maior atenção para suas ações, para isso bastando divulgar o benefício da ação social proposta”.

Ainda, segundo Manhanelli (1992, p. 20), “Getúlio Vargas no Brasil, Goebbels na Alemanha e Eisenhower nos Estados Unidos” podem ser utilizados como exemplos que “marcaram época na utilização da propaganda como forma de divulgar ações governamentais e políticas”. Para ele, o *marketing* eleitoral surgiu quando as populações da Europa, Estados Unidos e América Latina ficaram mais exigentes, fazendo com que os políticos percebessem que apenas a propaganda não seria suficiente. “Assim, surgiu o conceito de *marketing* eleitoral. Ou seja, é necessário conhecer o que a população precisa ou deseja, para então implementar ações sociais capazes de atender ou de minimizar estes anseios, adequando-os aos interesses do candidato” (MANHANELLI, 1992, P. 20).

Almeida (2004, p. 68) ressalta, “o conceito e a prática do *marketing* político e eleitoral são polêmicos e fazem parte do amplo debate do campo de estudos de comunicação e política”. O autor trabalha alguns conceitos de *marketing* antes de discutir sua aplicação na área política. Ele não concorda com a possibilidade da existência de um *marketing* político sem política. Para Almeida, parece ser consenso o fato de Eisenhower, em 1952 nos Estados Unidos, ser “quem primeiro se elegeu presidente, usando o *marketing* político e eleitoral” (2004, p. 78). No Brasil, as técnicas do *marketing* começam a ganhar força a partir da eleição presidencial de 1989 e do início do HGPE na televisão. Segundo Albuquerque (2004), a propaganda política na televisão no Brasil tem seu princípio na década de 60, obtendo importância política após a metade da década de 80, com o fim da ditadura.

O *marketing* político pode ser classificado como aquele que é desenvolvido ao longo da trajetória política do candidato e o *marketing* eleitoral como a estratégia escolhida ou aplicada durante a campanha eleitoral. As estratégias de *marketing* são aplicadas com o objetivo de divulgar o candidato e torná-lo atraente ao eleitor, elas são desenvolvidas principalmente nos espaços midiáticos, através da propaganda eleitoral. É no HGPE, na TV e no rádio, que os políticos apresentam suas propostas aos eleitores e tornam-se conhecidos. De acordo com Albuquerque (2004, p. 454), “em sua origem o termo ‘propaganda’ remete a um contexto marcado pelo advento e popularização da tecnologia da imprensa e ao impulso que ela forneceu para a Reforma protestante”. Para ele, prioritariamente, no que se refere à

“propaganda política” o reinado de Luís XIV pode ser apontado como um marco fundamental.

Na perspectiva de Albuquerque (2004, p. 457), “a propaganda política na televisão tem sido entendida como um fator de homogeneização das campanhas eleitorais em todo o mundo”. A utilização efetiva das estratégias de *marketing* nas campanhas eleitorais, no Brasil, ocorreu em 1989 durante a eleição presidencial. Segundo Albuquerque (1999, p. 13), essa eleição representa um “marco decisivo no processo de profissionalização das campanhas eleitorais: a campanha de Collor, com seu recurso maciço às pesquisas de opinião pública e consultores de *marketing* político é, a este respeito, apenas o exemplo mais acabado de uma tendência geral”.

De 1989 a 2006 o investimento de recursos na produção da propaganda eleitoral só tem aumentado. Os políticos contratam “marqueteiros” que cuidam das campanhas e traçam estratégias das mais variadas para conquistar o voto do eleitor, são gastos milhões de reais<sup>3</sup> na produção dos programas eleitorais que a cada eleição são mais elaborados e sofisticados. Embasados nas pesquisas de opinião encomendadas pelas candidaturas e pelos veículos de comunicação os profissionais definem de que forma vão agir para cooptar o voto do eleitorado.

Na eleição de 2002 para presidência da república falou-se muito nos “marqueteiros”. Duda Mendonça coordenou o *marketing* da campanha de Lula e Nizan Guanaes as estratégias de José Serra (PSDB). Tratados como celebridades e muitas vezes apontados como mais importantes na campanha do que o próprio candidato, os “marqueteiros”, em 2002, tiveram seu auge. Fausto Neto (2003, p. 71), lembra em referência à eleição presidencial de 2002, que a designação das campanhas à administração comunicacional dos especialistas em marketing “é um fato recente e, nesta eleição, este fato toma uma feição peculiar”. Conforme o autor, “‘braços’ outros do campo da mídia tratam de enaltecê-los, inclusive chegam a dizer e/ou a especular que quem vencerá e chegará na corrida para a presidência, não são os candidatos mas os próprios marqueteiros”. Em 2006, os dois mais famosos “marqueteiros” do Brasil em 2002, Duda e Nizan, ficaram fora das grandes campanhas.

---

<sup>3</sup> Fausto Neto (2003, p. 85) destaca os recursos investidos na campanha de 2002 pelas candidaturas de Lula e Serra, “o volume de recursos gastos no processo de produção midiática das campanhas: algo em torno de 150 milhões de reais, (aproximadamente 43 milhões de dólares, à cotação de 11.11.2002), sendo que desses valores um percentual em torno de 10% atinge somente os serviços de marketing”.

Apesar de não terem ocupado espaço significativo na esfera midiática como seus antecessores, os “marqueteiros” de Lula, João Santana, e de Alckmin, Luiz Gonzales, em 2006, também são renomados no mercado. Santana saiu vencedor, ajudou a levar Lula ao segundo mandato. Em entrevista à Rodrigues da Folha Online (2007), disse que o *marketing* é como uma "interface" entre os homens do poder e os governados, “se eu consigo que o político se aproxime da demanda do eleitor e o eleitor conheça o pensamento dos políticos, eu estou democratizando”. De acordo com a matéria “em 77 dias, o publicitário de Lula teve a opinião [...] de 53,9 mil entrevistas quantitativas e de 7.392 qualitativas mais do que a maioria das teses universitárias que tentam entender o que pensam os eleitores brasileiros”.

O trabalho dos “marqueteiros” em campanhas eleitorais tem se intensificado e, é a cada pleito, mais valorizado. Na entrevista, Santana informou ter cobrado “R\$ 13,750 milhões do PT pelo trabalho publicitário, nos dois turnos”. Os valores investidos nas campanhas não param de crescer, em 2006, a campanha de Lula declarou ter gasto mais de R\$ 90 milhões (FIORI, 2007) e a de Alckmin quase R\$ 81 milhões (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2007b). Destes recursos a maior parte foi gasto com a produção dos programas de rádio e TV.

As estratégias de *marketing* acompanham o candidato na preparação e participação nos debates televisivos. Também faz parte da estratégia não participar de debates como fez Lula, em 2002, ao negar-se a participar de mais de um debate no segundo turno. Na eleição que o levou à Presidência da República, após três frustradas e consecutivas tentativas, o *marketing* esteve muito presente, conforme mencionado, através de Duda Mendonça.

Lula só aceitou participar do debate na TV Globo durante o segundo turno, com Jose Serra. O cenário do debate, em formato de arena, foi inspirado no encontro entre Bill Clinton e George Bush, pai, em 1992. O molde de debate foi repetido em 2006, com pequenas alterações, no encontro promovido pela TV Globo, no segundo turno entre Lula e Alckmin.

Apesar da insistente cobrança de Serra, em 2002, para debater com Lula, isso não acontece. Os dois participam de um programa na TV Globo que foi chamado de debate, mas que não apresentou características de confronto político, graças às estratégias de *marketing* utilizadas pela campanha de Lula. Segundo Fausto Neto (2003, p. 77), “numa operação de xadrez, Duda Mendonça, consegue, e a informação não foi contestada pela rede Globo, nas negociações de montagem do debate, o acordo de que os dois candidatos não se fariam

perguntas um ao outro!”. Os candidatos estavam no debate mas não interagiram, as regras não permitiram que os dois dirigissem perguntas um ao outro.

## 2.5 O Poder da Notícia no Campo Político

Para falar sobre elaboração de notícias é preciso dizer que entende-se o jornalismo como detentor de um papel fundamental e estratégico em uma sociedade democrática em todos os momentos, mas em especial durante o período eleitoral. Ao definir o que vai ser notícia, o jornalismo determina o que o público precisa ou não saber. Compartilhamos da idéia de que se trata de um “lugar de circulação e produção de sentidos” Benetti (2007b, p. 107). Compreende-se também, assim como Berger (1997, p.190), que o campo do jornalismo detém, privilegiadamente, o “capital simbólico, pois é da natureza do jornalismo fazer crer. O capital do campo do Jornalismo é, justamente, a credibilidade”. Os outros campos sociais necessitam do poder<sup>4</sup> de dar visibilidade que o campo do jornalismo possui. Especialmente o campo político.

Segundo Ferreira (2002, p. 244), “o campo de produção jornalística viveu e vive numa relação instável com os demais campos, em especial com o campo político e econômico”. Para o autor, o campo de produção jornalístico possui relativa autonomia em relação ao campo político, mas ele é marcado pela lógica de seu concorrente. É através do jornalismo que os fatos ganham notoriedade e dimensão pública. O campo do jornalismo é permeado por relações de poder cujo principal produto, a notícia é construída sob influência de diversos fatores, entre eles os econômicos, ideológicos, culturais e ainda a perspectiva do jornalista.

Um longo caminho foi percorrido pelos que se ocupam em entender o jornalismo<sup>5</sup>. Nos anos 70 do século XX surge a Teoria Construcionista, sob esta perspectiva as notícias são uma construção social, o que contrapõe a visão de que a notícia seria um retrato fiel da

---

<sup>4</sup> Referimo-nos a concepção de Bourdieu (1989, p. 14). “O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário”.

<sup>5</sup> Uma abordagem completa sobre os estudos de jornalismo é encontrada em Traquina (1993, 2000 e 2005).

realidade e o jornalista alguém desinteressado que somente busca retratar a verdade. O processo de construção das notícias é complexo e não é o objetivo, aqui, discutir de forma aprofundada essa questão. Compreende-se que a melhor definição para a concepção das notícias está na teoria interacionista, fundamentada na perspectiva construcionista. Segundo esse enfoque, as notícias resultam de um método de produção identificado como a percepção, seleção e transformação de um elemento, reconhecido como acontecimento, em um produto (as notícias), Traquina (2005).

Para se tornar notícia, o acontecimento deve preencher certos critérios de noticiabilidade. Wolf (1994, p. 195) define noticiabilidade como “o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, entre os quais há que selecionar as notícias, podemos definir os valores/notícia (*news values*) como uma componente da noticiabilidade”.

Rodrigues (1993, p. 27) define como acontecimento “tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história, de entre uma multiplicidade aleatória de fatos virtuais. [...] quanto menos previsível for mais probabilidade tem de se tornar notícia e de integrar, assim, o discurso jornalístico”. Os acontecimentos ocorrem em bem maior número do que aqueles que são apresentados diariamente pelos veículos de comunicação. Assim, existe a necessidade de seleção e dentro de critérios específicos e variáveis, em alguns aspectos, os veículos definem os fatos que chegarão ao público.

Sendo assim, alguns fatos ganham relevância e destaque maior que outros por apresentarem os requisitos necessários e atenderem às predisposições e aos interesses do contexto no qual se inserem. Dentre os fatos que merecem ser noticiados em uma campanha eleitoral estão os debates televisivos, especialmente os presidenciais e, ainda aqueles que apresentam características distintas dos demais como o “cadeira vazia”, na TV Globo e o primeiro debate entre Lula e Alckmin na TV Bandeirantes. Esses eventos receberam especial atenção dos veículos de comunicação que acompanharam os debates presidenciais e apresentaram aos seus leitores/ouvintes/telespectadores/internautas uma versão compacta e fragmentada.

### **3 A ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2006**

O Brasil passou, em 2006, pela quinta eleição após o regime militar, mas depois da eleição presidencial de 1989, quando Fernando Collor de Mello foi eleito, somente a eleição de Lula, ao segundo mandato, foi capaz de produzir uma diversidade tão grande de situações e fatos interessantes de serem analisados. Principalmente, no que se refere à relação complexa entre mídia e eleições. Considerando-se, especialmente, que a mídia é um importante ator político e que nos períodos eleitorais, esse papel se mostra com maior nitidez nas posições editoriais, nas omissões e nos destaques da cobertura política.

#### **3.1 O Percurso Democrático**

Em 1989, depois de longos anos de ditadura militar, o Brasil elege um presidente através de votação democrática. Para Albuquerque (1999), a eleição de 1989 constitui-se em um marco da redemocratização do país, após a interrupção de 1964, e também representou papel decisivo no processo de profissionalização das campanhas eleitorais.

Na eleição de 1989, a mídia iniciou sua participação no processo eleitoral de forma efetiva e marcante. Segundo Fausto Neto (2003, p. 89), “não devemos esquecer que, nas eleições de 1989, que envolvem a presença de Lula concorrendo com Fernando Collor de Mello, atribui-se a uma operação midiática a derrota de Lula”. O autor se refere ao fato do debate entre Collor e Lula ter sido editado e apresentado fragmentado no Jornal Nacional, da Rede Globo (Globo). De acordo com Miguel (2004, p. 91), “na primeira eleição direta para a presidência do Brasil após o final da ditadura, a Rede Globo alinhou-se de forma clara entre os adversários de Lula e, com o material apresentado em telejornais e mesmo em novelas, contribuiu para sua derrota”.

Outro aspecto de 1989 é que essa eleição foi “solteira”, sem a disputa por outros cargos além da Presidência da República, todos os olhares ficaram voltados para a disputa presidencial. Convém recordar, resumidamente, os pleitos que se seguiram, pois reforçam a

hipótese de influência da mídia no processo eleitoral brasileiro. Em 1994, é apontado o apoio da grande mídia ao Plano Real, essa eleição marca o início da disputa entre o PT e o PSDB. Desde 1994, os dois partidos protagonizam a disputa presidencial do país. Já em 1998, discute-se um engajamento da maior parte da mídia 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 eleições<sup>6</sup> realizada pela mídia. Nas duas últimas eleições presidenciais, os principais candidatos à 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.

Essa crescente visibilidade do momento pré-eleitoral e da eleição propriamente foi analisada em detalhes por Rubim e Colling (2006). Com base nas eleições presidenciais até 2002, eles concluem que apesar da alteração na cobertura ter acontecido, com a superexposição das candidaturas, isso não representou a rigor uma modificação na preferência da mídia por um determinado “lado” durante o período eleitoral. O que houve, em 2002, segundo os autores, foi um conjunto de situações, entre elas a crise econômica e as mudanças efetuadas no PT, que levaram a um não posicionamento explícito da grande mídia em favor de um candidato, no caso José Serra (PSDB).

### **3.2 Os Principais Fatos da Eleição de 2006**

Em 2006, a discussão sobre o posicionamento da mídia em favor de um ou outro candidato continua. Uma publicação organizada por Lima (2007) trata do tema e “reúne 16 autores em torno de três questões fundamentais: como foi a cobertura das eleições na mídia?, qual foi o papel da mídia?, e o que fazer? para mudar o quadro atual”. Segundo o autor (2007, p. 15) “ao contrário, por exemplo, das eleições de 1989, quando Lula disputou e perdeu a presidência da República para Fernando Collor de Mello, há um relativo consenso entre

---

<sup>6</sup> Para um aprofundamento sobre a atuação da mídia nas eleições até 2006 ver “Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral” e “Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil: Ensaio sobre Mídia, Cultura e Política” referenciadas na bibliografia.

jornalistas e pesquisadores, acadêmicos ou não [...] de que em 2006 o candidato eleito não foi o preferido pelos principais grupos de mídia do país”.

Com o resultado da eleição, vitória de Lula com mais de 58 milhões votos, surgem então os questionamentos acerca do poder de influência que a mídia teria sobre a decisão na hora do voto. Acredita-se que esse poder simbólico<sup>7</sup> representado pelos principais veículos de comunicação do país está sob suspensão a partir das eleições de 2006 e precisa ser rediscutido. Porém, esse não é o foco deste trabalho. Para Motta (2006a, p. 01), “nesta eleição, a mídia ficou de um lado, fez uma opção, apostou na queda de Lula. Infelizmente, para ela, o eleitor brasileiro fez outra opção. Isso levanta a necessidade de fazermos reflexões a respeito da influência da mídia no processo eleitoral”. O autor argumenta que a partir desse quadro a mídia perdeu a eleição e sua preferência editorial contribuiu para aumentar o debate sobre seu papel em uma sociedade democrática.

Para reforçar a tese de que a mídia atuou de forma expressiva em favor de um candidato, há as declarações do ex-repórter da Rede Globo, Rodrigo Vianna. Após ser comunicado, em dezembro de 2006, que seu contrato de trabalho não seria renovado escreveu uma carta (BARBOSA, MARINGONI, 2006), onde denunciou a parcialidade na cobertura da eleição presidencial. Vianna estava na Globo há 12 anos. Segundo matéria da Agência Carta Maior o repórter já estava decidido a sair da emissora em razão dos acontecimentos ocorridos durante o processo eleitoral. Ele e outros colegas teriam questionado a parcialidade da cobertura realizada pela emissora da família Marinho.

A crise iniciada em 2005<sup>8</sup>, que envolveu o Governo Lula contou com os escândalos dos “Correios”, “mensalão”, “sanguessugas” e culminou com o “Dossiê Vedoin”, esse último

---

<sup>7</sup> Referimo-nos a concepção de Bourdieu (1989, p. 14). “O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário”.

<sup>8</sup> A crise do “Governo Lula” “foi à crise dos poderes” Weber (2006) e teria iniciado na verdade em 2004 quando um dos principais homens de confiança do ministro José Dirceu (Casa Civil), Waldomiro Diniz, foi exonerado do cargo de subchefe de Assuntos Parlamentares da Presidência da República após denúncias de que negociava com bicheiros o favorecimento em concorrências, em troca de propinas e contribuições para campanhas eleitorais. O próximo caso foi de corrupção dos correios, em 14 de maio de 2005, quando foi divulgada uma gravação onde o chefe do Departamento de Contratação e Administração de Material da Empresa Brasileira de Correios, Maurício Marinho, aparece negociando propina com empresários. Na fita, ele diz que opera com o aval do diretor de Administração dos Correios, Antônio Osório Batista, e do deputado federal Roberto Jefferson. Ainda em maio, surgiu um novo escândalo, com a notícia de que o presidente do PTB, Roberto



ocorrido durante a campanha eleitoral. Outros episódios envolvendo ministros e dirigentes do PT fomentaram os noticiários e, em meio a tudo, o presidente Lula e as especulações sobre se ele teria conhecimento ou não dos casos de corrupção. De acordo com Weber (2006, p.5), “como um castelo de cartas, ministros, dirigentes e dezenas de funcionários de cargos de confiança caíram, debilitando o poder executivo”. Apesar de tudo Lula se mantinha à frente nas pesquisas (IBOPE, 2006a) e iniciou o ano eleitoral na liderança independente de quem fosse o adversário (IBOPE, 2006b). Diante do quadro apresentado durante os períodos pré-eleitoral e eleitoral, esperava-se que Lula tivesse uma queda na preferência dos eleitores, mas apesar de todo o contexto ser-lhe desfavorável chega como o favorito a vencer no primeiro turno. A uma semana do início oficial do primeiro turno Lula, segundo pesquisa do Datafolha, realizada entre os dias 7 e 8 de agosto de 2006, ampliava de 16 para 23 pontos percentuais a vantagem eleitoral sobre Alckmin, vencendo com 55% dos votos válidos, se a eleição ocorresse naquela data.

Ao envolver-se em um escândalo, o político ou seu partido podem perder a confiança do eleitorado. Para Thompson (2002, p.296), “os escândalos são lutas pelo poder simbólico<sup>9</sup> em que a reputação<sup>10</sup> e a confiança estão em jogo. Os escândalos não necessariamente destroem a reputação e enfraquecem a confiança, mas eles têm a capacidade de fazer isso”. Ainda segundo o autor (p. 300), “no campo da política, boa reputação é importante porque ela é uma fonte vital do poder simbólico”. E destaca (p. 301), “um partido, ou governo, que adquire fama de desonesto poderá constatar ser muito difícil desfazer-se dela (como o partido Conservador constatou na década de 1990) e irá sem dúvida perceber que isso não é algo que possa ajudar eleitoralmente falando”.

No caso da eleição presidencial de 2006, as considerações de Thompson não se comprovaram. A campanha eleitoral começa e termina sem que analistas e pesquisadores interessados em comunicação e política entendam, ou encontrem resposta para perguntas

---

Jefferson, exigia uma mesada de R\$ 400 mil por mês a Lídio Duarte, então presidente do IRB (Instituto de Resseguros do Brasil), indicado pelo PTB.

<sup>9</sup>O autor conceitua o poder simbólico como uma das quatro formas de poder: ele se refere à capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e modelar seu resultado, bem como a capacidade de influenciar as ações e crenças de outros, através da produção e transmissão de formas simbólicas. Bourdieu define poder simbólico como todo o poder que consegue impor determinadas significações como legítimas. É um poder que tende a estabelecer uma ordem e definir um sentido imediato do mundo que implica um certo conformismo lógico (Bourdieu, 1989, p. 9).

<sup>10</sup>Reputação é um aspecto do capital simbólico; é a relativa apreciação e estima concedida a um indivíduo ou instituição, por outros.

como: “por que a visibilidade desmesurada dos escândalos não afetou o resultado da eleição?” (MOTTA, 2006, p. 1). Segundo o autor, “pela lógica dos analistas políticos, a exposição dos escândalos no noticiário deveria funcionar como um recurso argumentativo contra Lula e o PT”.

Os analistas políticos estão encontrando várias explicações para a vitória de Lula: o eleitor não se identificou com o candidato da oposição, os partidos de oposição não se envolveram na campanha como seria preciso, Lula tem carisma especial, o assistencialismo do governo criou uma dependência política junto aos eleitores pobres, a estabilidade financeira do país levou o eleitor a fazer uma opção pelo continuísmo, a questão ética não é prioridade para o eleitor pobre, a internet foi um veículo de contato *clandestino* entre eleitores do interior do país. Certamente serão ainda publicadas muitas análises sobre a vitória de Lula e a derrota do Geraldo Alckmin nos próximos meses. (MOTTA, 2006, p. 2)

Faltando duas semanas para o primeiro turno, 15 de setembro de 2006, em um hotel de São Paulo, acontece a prisão de Valdebran Padilha e Gedimar Passos, ambos ligados ao PT, com R\$ 1,7 milhão (entre notas de real e dólar). Os petistas teriam tentado comprar de Luiz Vedoin, empresário envolvido com outro escândalo o da “máfia dos sanguessugas”, um dossiê que conteria documentos possíveis de incriminar o candidato ao Governo de São Paulo, José Serra, do PSDB. Segundo Weber (2006, p. 10), “a partir desse dia abre-se mais um espaço de espetacularização dos erros do PT, no qual as principais mídias nacionais se empenham em entrevistar, relacionar, mostrar imagens e defender a ética e pedir a verdade”. A campanha de Alckmin investe forte na questão da prisão de pessoas ligadas ao presidente Lula e no fato do dinheiro apreendido não ter sido mostrado. Durante os 15 dias que antecedem ao primeiro turno, o programa de Alckmin no HGPE explora diariamente o “escândalo do dossiê”.

Mas, mesmo com a eclosão do “escândalo do dossiê”, Lula se mantém à frente<sup>11</sup> dos adversários até a véspera do primeiro turno, quando dois fatos novos ocorrem e alteram o quadro eleitoral. Um dos acontecimentos é a ausência de Lula no debate promovido pela TV Globo no dia 28 de setembro, o evento será analisado no próximo capítulo, pois é parte do *corpus* desta pesquisa. Nos dias 29 e 30 de setembro são apresentadas fotos do dinheiro apreendido com petistas. O Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, ocupa a maior parte de seu

---

<sup>11</sup>Pesquisa do Instituto Datafolha apontava em 27 de setembro de 2006 Lula com 49% e Alckmin com 33% dos votos. Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2006/pesquisas/datafolha.jhtm>. Acesso em: 20 de dez. de 2007.

tempo com a divulgação das fotos e a ausência de Lula no debate ocorrido na véspera, e não aborda a queda do avião da companhia aérea Gol que causou a morte de 154 pessoas após se chocar com o jato Legacy.

Dia 30 de setembro, véspera da eleição, as fotos do dinheiro ganharam as capas dos jornais Folha de São Paulo, que exibiu a seguinte manchete de capa: “Fotos mostram dinheiro do dossiê”, O Globo, que destacou: “Divulgação de fotos do dossiê abre nova guerra entre PT e oposição” e O Estado de São Paulo, com destaque principal para: “PT tenta vetar fotos do dinheiro e quer impugnação de Alckmin”. No mesmo dia são divulgadas pesquisas dos institutos Datafolha e Ibope, em que a eleição aparece pela primeira vez como indefinida. De acordo com a pesquisa do Datafolha, divulgada no JN, o candidato-presidente teria caído três pontos percentuais, somando 50% dos votos válidos, mesmo número da soma das intenções de voto de seus adversários. Segundo o Ibope, Lula somaria 49% dos votos válidos, contra 51% dos outros candidatos. No dia 1º de outubro de 2006, Lula e Alckmin obtiveram as maiores votações no primeiro turno, 48,61% e 41,64% dos votos válidos respectivamente (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2007a).

É importante recordar as edições da revista Carta Capital que chegaram às bancas no segundo turno tratando da divulgação das fotos do dinheiro. As edições 415 e 416 da revista trazem as manchetes “A trama que levou ao segundo turno” e “Contribuições ao dossiê mídia”, respectivamente. De acordo com Weber (2006, p. 10), “em nome da verdade e da ética, a revista conta o processo de construção da visibilidade do escândalo do dossiê e a participação das mídias da *Rede Globo*, *Revista Veja* e os jornais *O Estado de São Paulo* e *Folha de São Paulo* na edição e difusão das fotos”.

A revista *Veja* (2006), a quatro dias do primeiro turno, na edição 1975 de 27 de setembro de 2006, apresenta uma capa repleta de significados, que por si só é digna de um estudo aprofundado. A publicação traz na capa apenas Lula, uma caricatura, com os olhos vendados com a faixa presidencial. Nenhuma manchete, nenhum texto apenas a imagem com uma mensagem clara e direta sobre a posição do veículo em relação aos acontecimentos que envolviam o candidato-presidente durante a campanha eleitoral.

Sabe-se que os fatos aqui abordados representam apenas uma pequena parte do feixe de situações que envolveram a eleição presidencial de 2006, porém buscou-se destacar os principais, aqueles que mereceram maior atenção da mídia. A intenção foi propiciar um

apanhado geral do contexto ao leitor para então iniciar a abordagem do foco principal deste trabalho que são os debates televisivos ocorridos durante a eleição presidencial de 2006.

### 3.3 Os Principais Candidatos à Presidência da República

Destaca-se abaixo um resumo do perfil dos candidatos melhor colocados nas pesquisas e que participaram dos debates que integram o *corpus* desta pesquisa. Os referidos candidatos também foram os mais votados<sup>12</sup>. Informações disponibilizadas no site oficial dos candidatos durante a campanha presidencial de 2006.

#### 3.3.1 Luiz Inácio Lula da Silva (PT)<sup>13</sup>

Lula nasceu em 27 de outubro de 1945 em Caetés, então distrito de Garanhuns, interior de Pernambuco. Casou-se com a operária tecelã Maria de Lourdes, que viria a morrer no parto, junto com o bebê. Em 1974, Lula casa-se com Marisa Letícia Lula da Silva. O casal tem três filhos, além de outros dois nascidos de uniões anteriores.

Em 1982, foi um dos fundadores do PT, e o candidato petista ao governo de São Paulo. Em 1986, foi eleito deputado federal. Concorreu à Presidência em 1989, 1994 e 1998, não conseguindo se eleger. Em 2002, foi eleito Presidente do Brasil.

---

<sup>12</sup> Votação obtida pelos principais candidatos à Presidência da República, em 2006. 1º turno - Votos nominais: Cristovam Buarque 2.538.844; Heloísa Helena 6.575.393; Lula 46.662.365; Geraldo Alckmin 39.968.369. 2º turno - Votos nominais: Lula 58.295.042; Geraldo Alckmin 37.543.178.

<sup>13</sup> Informações do site oficial do candidato. Disponível em: <[http://www.lulapresidente.org.br/conheca\\_candidato.php](http://www.lulapresidente.org.br/conheca_candidato.php)>. Acesso em 28 de set. de 2006.

### 3.3.2 Geraldo Alckmin (PSDB)<sup>14</sup>

Alckmin foi vereador, prefeito, deputado estadual e deputado federal duas vezes, vice-governador e governador. Aos 42 anos, ele já tinha cumprido cinco mandatos. Alckmin nasceu em Pindamonhangaba, cidade do interior paulista. É casado com Maria Lúcia Alckmin, e tem três filhos. Aos 19 anos, iniciou sua carreira na vida pública como vereador, aos 23 anos, se tornou prefeito. Em 1982, foi eleito, deputado estadual pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). Em 1986, elegeu-se deputado federal.

Foi vice-líder da bancada na Assembléia Nacional Constituinte e, posteriormente, um dos fundadores do PSDB. Em 1994, foi eleito vice-governador de Mário Covas em São Paulo. Com a morte de Covas, em 2001, Alckmin assume o governo e se reelege em 2002.

### 3.3.3 Heloisa Helena (PSOL)<sup>15</sup>

Enfermeira e professora licenciada do Centro de Saúde da Universidade Federal de Alagoas, Heloísa Helena Lima de Moraes Carvalho, divorciada e mãe de dois filhos, nasceu no dia 6 de junho, no município de Pão de Açúcar, de 28 mil habitantes, às margens do Rio São Francisco. Foi a primeira senadora eleita pelo estado de Alagoas.

Heloísa Helena militou nos movimentos estudantil, de docentes e sindical. Foi eleita vice-prefeita de Maceió, aos 30 anos, pela coligação PSB/PT. Em 1994, conquistou uma cadeira na Assembléia Legislativa do Estado de Alagoas. Em 1998, Heloísa Helena foi eleita a primeira senadora por Alagoas, com 55,92% dos votos. Em 2004, fundou o P-SOL, Partido Socialismo e Liberdade, estando à frente da liderança do mesmo, no Senado Federal.

---

<sup>14</sup>Informações do site oficial do candidato. Disponível em: <<http://www.geraldo45.org.br/perfil/>>. Acesso em 28 de set de 2006.

### 3.3.4 Cristovam Buarque (PDT)<sup>16</sup>

É engenheiro mecânico, formado pela Universidade Federal de Pernambuco, em 1966, e doutor em Economia pela Sorbonne, Paris, em 1973. Entre 1973 e 1979, trabalhou no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), em Washington, e desde 1979 é professor da Universidade de Brasília, da qual foi reitor de 1985 a 1989. Entre 1995 e 1998 governou o Distrito Federal e em 2002 elegeu-se senador pelo PT. Filiou-se ao PDT em setembro de 2005. É membro do Instituto de Educação da Unesco.

Assumiu o Ministério da Educação (MEC) em janeiro de 2003 e permaneceu no cargo até janeiro de 2004. Ao longo de sua carreira, publicou mais de 20 livros e colaborou por mais de vinte anos com jornais e revistas de larga circulação. Também trabalhou como consultor de diversos organismos nacionais e internacionais do sistema das Nações Unidas.

---

<sup>15</sup>Informações do site oficial da candidata. Disponível em: <<http://www.heloisahelena50.com.br/>> . Acesso em 28 de set. de 2006.

<sup>16</sup>Informações do site oficial do candidato. Disponível em: <[www.cristovam12.com.br/index2.php](http://www.cristovam12.com.br/index2.php)> . Acesso em 28 de set. de 2006.

#### 4 O DEBATE TELEVISIVO ELEITORAL

Os debates televisivos já são uma tradição em países como os Estados Unidos e a França. Segundo Thiollent (1986, p. 33), os debates “constituem quase uma instituição política em vários países ocidentais, tais como os EUA e a França, por exemplo. Suas regras dão lugar a diversas regulamentações e negociações”. No Brasil, segundo Lourenço(2007), a primeira tentativa de organização de um debate, a ser transmitido pela televisão, foi da TV Tupi, de São Paulo, em 1960, que acabou não acontecendo pela recusa de Jânio Quadros em comparecer. De acordo com o autor, o primeiro debate televisivo<sup>17</sup> aconteceu no Rio Grande do Sul, em 1974, entre os candidatos ao senado Nestor Jost, da Arena, e Paulo Brossard, do MDB. Com a instituição da “Lei Falcão, em 1976, foram impostas restrições à propaganda eleitoral e os debates televisivos foram proibidos. Conforme Lourenço, os debates voltam à televisão, em 1982, com o debate entre os candidatos ao governo do Estado de São Paulo, Franco Montoro do PMDB, e Reynaldo de Barros, do PDS. No mesmo ano, o TSE retoma a proibição aos debates políticos na televisão. Mas em novembro daquele ano, “após muita polêmica, foi transmitido pela Rede Bandeirantes, com mediação de Joelmir Betting, mais um encontro entre os candidatos ao governo de São Paulo” (LOURENÇO, 2007, p. 237). Participaram desse debate Reynaldo de Barros (PDS), Franco Montoro (PMDB), Jânio Quadros (PTB), Lula (PT) e Rogê Ferreira (PDT).

O primeiro debate entre candidatos à Presidência da República no Brasil, foi transmitido pela Rede Bandeirantes, em 17 de julho de 1989. Naquele ano, ocorreram seis debates no primeiro turno e Collor (PRN) não participou de nenhum, Machado (1991). No segundo turno, foram realizados dois debates entre Collor e Lula.

Após a eleição de 1989, só em 2002 as emissoras de TV voltam a promover debates entre os candidatos à Presidência da República no país. Segundo Rubim (2004, p. 11), “os debates entre presidentiáveis foram banidos pela negativa de FHC e pela conivência da mídia em 1994 e 1998”. Na disputa presidencial em 2002, os debates retornam às emissoras de televisão brasileiras como eventos de grande importância. Foram organizados três debates no primeiro turno um no segundo turno. A Rede Bandeirantes promoveu o primeiro e foi seguida

---

<sup>17</sup>Reprodução da página com matéria publicada no Jornal Zero Hora sobre o primeiro debate no anexo L.

pelas emissoras Record e Globo. O debate final, no segundo turno, foi promovido pela TV Globo entre os candidatos Lula (PT) e Serra (PSDB). Segundo Lourenço<sup>18</sup> (2007, p. 237), “a importância de um debate presidencial como evento midiático, transmitido em rede nacional, é considerada tão grande, para alguns autores, quanto à celebração de jogos olímpicos ou copas do mundo”.

O documentário “Entreatos” dirigido por João Moreira Salles (2004) retrata os bastidores da campanha de Lula, em 2002. O filme mostra uma reunião de preparação do candidato Lula para um debate, na qual participam os principais articuladores da campanha José Dirceu<sup>19</sup>, Antonio Pallocci<sup>20</sup>, Luiz Gushiken<sup>21</sup> e Guido Mantega<sup>22</sup>. Eles estão em uma sala sentados ao redor de uma mesa com muitos papéis, na parede cartazes, possivelmente com informações sobre as estratégias a serem adotadas no encontro. Na cena eles ouvem atentamente Duda Mendonça,

[...] quem que a gente quer conquistar é uma fatia muito pequena de 3% a 5% que é o quase Lula, [...] temos que ter um cuidado muito grande com a sua postura, por que o sindicalista espanta ele, ele quer o líder, o otimista, o que vai dar o jeito no Brasil, o tranqüilo, [...] qualquer coisa que pareça salto alto, ironia isso pega mal, então o que a gente quer no debate tranqüilidade, firmeza, objetividade e simpatia.

---

<sup>18</sup>As considerações de Lourenço estão baseadas na literatura internacional sobre debates especialmente em Dayan, D e Katz, E. (1999).

<sup>19</sup>Integrante da coordenação das campanhas de Lula à Presidência da República em 1989, 1994 e 1998, foi o coordenador-geral em 2002. Com a vitória de Lula, assumiu a função de coordenador político da equipe de transição. Em janeiro de 2003, assumiu a cadeira de deputado federal, mas logo se licenciou para assumir a função de ministro-chefe da Casa Civil da Presidência da República, permanecendo no cargo até junho de 2005, quando retornou à Câmara dos Deputados. Seu mandato foi cassado em dezembro do mesmo ano e teve a inelegibilidade decretada por oito anos. Informações disponíveis em: <<http://blogdodirceu.blog.ig.com.br/>>. Acesso em: 17 de mar. de 2008.

<sup>20</sup>Deixou a prefeitura de Ribeirão Preto, em 2002, para assumir a coordenação do programa de governo de Lula, substituindo o prefeito de Santo André, Celso Daniel, assassinado em janeiro daquele ano. Coordenou a equipe de transição de governo. Em 2003, assumiu a Ministério da Fazenda. Em 2006, deixou o cargo após denúncias agravadas com a de quebra de sigilo bancário de Francenildo Costa. Em 2006, foi eleito deputado federal pelo estado de São Paulo.

<sup>21</sup>Foi coordenador-adjunto nacional da campanha presidencial do PT em 2002. Também foi coordenador-adjunto da equipe de transição de governo. Foi ministro da Secretaria de Comunicação (Secom) do Governo Lula e chefe do Núcleo de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (NAE), cargo que deixou no final de 2006.

<sup>22</sup>Foi assessor econômico de Lula de 1993 a 2002 e um dos coordenadores do programa econômico do PT na campanha de 2002. Integrou a equipe de transição de governo. Exerceu o cargo de Ministro de Estado do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, de janeiro de 2003 a novembro de 2004. Foi Presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), cargo que exerceu até março de 2006. Com o afastamento de Pallocci, em 2006, assumiu o Ministério da Fazenda cargo que continua exercendo no segundo mandato de Lula.



Em outra cena, aparece o acompanhamento com eleitores divididos em chamados “grupos de controle”, em São Paulo assistem ao debate e são assistidos pela equipe de Duda Mendonça. Conforme os eleitores expressam suas opiniões sobre o comportamento de Lula, a filha do marqueteiro, Eduarda Mendonça, repassa para os assessores que estão com Lula, nos estúdios da TV Globo, onde o debate está acontecendo ao vivo, no Rio de Janeiro. A cada intervalo de bloco do debate, Eduarda liga e orienta, baseada na percepção dos eleitores, como Lula deve agir. Mediante as informações que são passadas pelos assessores, Lula mantém ou altera sua postura. Em alguns momentos sua postura é sentida pelos eleitores como irônica. Esse é apenas um exemplo ilustrativo do que um debate demanda às candidaturas.

Os debates são fruto de intensas negociações entre os promotores, emissoras de TV, e os assessores das candidaturas que discutem as regras do encontro cada um com interesses específicos e visando obter benefícios com o embate. Fausto Neto (2003, p. 143) ressalta as “negociações estratégicas que são feitas entre os campos da política e da informação para construir as condições de visibilidade do discurso político”. Para ele, as transações efetuadas apontam para “restrições que são impostas (unilateralmente) às condições de fala dos atores políticos, deixando explícito que tais pré-condições se aplicam a um deles – o político”.

Os debates caracterizam-se no espaço, ou “palco” onde os candidatos podem se apresentar ao público e buscar apoio e aprovação para suas propostas.

Lúdico, o teatro é um cúmplice da política e da televisão, sendo que estas se apropriam de partes da sua estética para falar. Como atores eventuais, os políticos se confundem com os permanentes e representam seu papel, devidamente maquiados e penteados para uma platéia invisível, ingressando no terreno da contradição, por que ocupam o espaço público televisivo – oposto ao espaço público da prática política – com o formato da televisão e não da política. Televisão e política transformam-se em espetáculos a partir da identificação possível com o teatro, preservando, especialmente, as cláusulas destinadas ao mistério e à descoberta; à luz e às sombras, num jogo previsível, marcando o tempo e o espaço com os códigos espetaculares, lingüísticos, narrativos, retóricos, cinésicos, iconográficos, ideológicos, culturais, proxêmicos, dentre outros. Weber (2000, p. 33).

Para os candidatos uma das principais questões em jogo nos debates é a credibilidade, a capacidade de cada um de convencer o eleitor de que está dizendo a verdade. O debate é um espaço em que os adversários estão cara a cara e todos os seus movimentos são observados atentamente pelos eleitores e pela mídia que irá repercutir o encontro em diversos espaços.

Para Charaudeau (2006a, p. 291), os políticos têm absoluta consciência de que a participação nos debates “pode dar-lhes a glória ou opróbrio”.

Mas eles 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. Muitos autores já o destacaram, ela faz parte dos rituais políticos destinados a tocar a emoção, a paixão os sentimentos. Nesse local, jogam-se os efeitos do *ethos*, do *phatos* e do *logos* que o político produz mediante a encenação de seu discurso. Aqui tudo intervém, ainda que em graus de importância diversos: a atitude do corpo os gestos, a voz e evidentemente a força das propostas contidas nas réplicas.

Durante os debates, os candidatos apresentam números, estatísticas, fazem projeções que na maioria das vezes não podem ser comprovadas pelos eleitores. Nos debates, o que os eleitores julgam é o desempenho dos candidatos no confronto direto. Conforme Baldissera (2004, p. 250) “o histórico, a credibilidade e a legitimidade de cada participante tende a ser um aspecto decisivo quando dessas disputas”. Nesse sentido, Fausto Neto (2004, p. 111) aponta, “é no trabalho de enunciação que se passa, ali, ‘ao vivo’, que os candidatos apostam suas fichas, pois é nele, e não na propaganda, que podem ser gerados os esperados efeitos de discursividades sobre a decisão do eleitor”.

Os debates exigem preparação, mas não permitem o ensaio, apesar de definir estratégias antes do encontro, as perguntas proferidas pelo adversário podem surpreender e exigir do candidato um desempenho criativo e agilidade para responder. Durante o debate o candidato deve manter a estratégia discursiva adotada durante a campanha e ser coerente com sua trajetória política, posição ideológica e o projeto proposto. É um momento em que as qualidades e fraquezas estão expostas e um simples vacilo pode ter conseqüências desastrosas para a campanha.

A pesquisa realizada por Lourenço (2007) ouviu a opinião de eleitores sobre os debates presidenciais. Segundo o autor, a maioria dos entrevistados entende os debates como eventos importantes e capazes de auxiliá-los na decisão eleitoral, sendo que muitos revelaram gostar de assistir aos debates, pois esses seriam as melhores fontes de informação existentes sobre os candidatos.

Para alguns entrevistados, os debates eleitorais foram efetivamente fontes de informação que auxiliaram na decisão e que colocaram em xeque também as

possibilidades existentes. Contudo, não apenas propostas, mas também a postura dos candidatos, durante os programas, foi percebida e avaliada por quem acompanhou os programas. O comportamento e a postura, em muitos casos, fizeram com que o eleitor desse maior credibilidade para certos candidatos que a outros. Isso, por um lado, reforça a tese de que os debates são peças de informação importante e que fazem com que os eleitores possam aprender algo sobre os candidatos; mas, também, acrescenta um dado novo, um elemento de linguagem não verbalizada, mas gestual e simbólica, igualmente importante para a audiência na formação de suas concepções sobre os candidatos. Lourenço (2007, p. 240)

#### **4.1 Metodologia da Pesquisa**

Nas eleições presidenciais de 2006, foram organizados por diferentes emissoras de televisão sete debates, seis em canal aberto e um em canal fechado, optou-se por analisar dois. Elegeu-se os debates realizados nas emissoras Globo e Bandeirantes por serem os eventos midiáticos que encerraram e abriram respectivamente etapas da campanha presidencial e por terem ocorrido no período em que se registram alterações significativas no cenário político da disputa eleitoral. Além disso, os dois debates selecionados foram os que obtiveram maior repercussão em outros espaços midiáticos. Para reforçar a escolha acrescenta-se que o debate na TV Globo é apontado como um dos fatos que levaram a eleição ao segundo turno. Já o debate na TV Bandeirantes é o primeiro em que um presidente em exercício no Brasil comparece.

Como a intenção, nesta pesquisa, é avaliar a importância dos debates televisivos para o processo eleitoral brasileiro, englobando os campos político e midiático buscar-se-á amparo para a análise em abordagens dos autores Weber (2000) e (2006), Fausto Neto (1990), (1995), (2003) e (2006), Charaudeau (2006) e Thiollent (1986). Referências da análise de discurso (AD) integram a metodologia de análise e nesse sentido, busca-se os pressupostos de Orlandi (1999), Pinto (1999) e Maingueneau (2001).

De acordo com Pinto (1999, p. 7), “a análise de discursos procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados àqueles produtos na sociedade”. Sendo assim, ainda conforme o autor, “os produtos culturais são entendidos como textos, como formas empíricas do uso da linguagem verbal, oral ou

escrita, e/ou de outros sistemas semióticos no interior de práticas sociais contextualizadas histórica e socialmente”.

A AD é um método que proporciona uma variada possibilidade de interpretação e por isso é necessário que o analista opte por conceitos e procedimentos de acordo com o objeto a ser estudado. “Um mesmo analista, aliás, formulando uma questão diferente, também poderia mobilizar conceitos diversos, fazendo distintos recortes conceituais” Orlandi, (1999, p. 27).

Importante ressaltar a necessidade de se interligar o discurso ao seu exterior, observado os processos de produção, circulação e consumo de sentidos. “A análise de discursos não se interessa tanto pelo que o texto diz ou mostra, pois não é uma interpretação semântica de conteúdos, mas sim em como e por que o diz e mostra (PINTO, 1999, p. 23)”.

Segundo Pinto (1999, p. 22) a prática do analista de discursos “é primordialmente a de procurar e interpretar vestígios que permitem a contextualização em três níveis: o contexto situacional imediato, o contexto institucional e o contexto sociocultural mais amplo, no interior dos quais se deu o evento comunicacional”.

Para Orlandi (1988, p. 17), “tomar a palavra é um ato social com todas as suas implicações: conflitos, reconhecimentos, relações de poder, constituição de identidades, etc.”. De acordo com a autora, o falante e o ouvinte ocupam um lugar na sociedade, e isso faz parte da significação. As palavras adquirem determinado sentido conforme a posição que o enunciador ocupa no plano social.

[...] as estratégias discursivas empregadas pelo político para atrair a simpatia do público dependem de vários fatores: de sua própria identidade social, da maneira como ele percebe a opinião pública e do caminho que ele faz para chegar até ela, da posição dos outros atores políticos, quer sejam parceiros ou adversários, enfim, do que ele julgar necessário defender ou atacar: as pessoas, as idéias ou as ações. Charaudeau (2006a, p. 82).

Quando a disputa eleitoral propriamente dita se inicia já existe um cenário político constituído e, portanto, é a partir deste momento que os candidatos precisam produzir um discurso que, potencialize a imagem construída perante o eleitor. Segundo Charaudeau, “o discurso político é, por excelência, o lugar de um jogo de máscaras. Toda palavra pronunciada no campo político deve ser tomada ao mesmo tempo pelo que ela diz e não diz”. Nunca ser levada “ao pé da letra, numa transparência ingênua, mas como resultado de uma estratégia cujo enunciador nem sempre é soberano” (2006a, p. 8).

Para Charaudeau (2006a, p. 51), “quando falamos, nunca somos completamente livres”. Essa afirmação se aplica bem no caso dos atores políticos quando participam de programas na televisão. Como bem lembra Fausto Neto (2003, p. 92), “se a vinda ao *set* é uma concessão, pois afinal de contas são trazidos pela televisão, o ator político não goza de autonomia para o exercício da política nesse lugar de fala midiática”. Ele está sujeito às regras impostas pelo ambiente midiático e sabe que não pode portar-se neste espaço da mesma forma que agiria em um comício, por exemplo. Seu discurso fica limitado e ele tem que atentar para vários fatores, dentre eles o tempo limitado para a intervenção.

O campo da política desloca as fronteiras do seu habitat para um território mais vasto e, portanto, distinto daquele que o caracteriza. Já não produz, mais um ritual cerimonialístico, marcado apenas pelas ‘sintaxes’ do âmbito parlamentar, mas contaminado ou mesmo fígado pela lógica de outros regimes ritualísticos, como é o caso da tevê. De um lado, a tevê constitui um espaço simulatório para mediar – como um novo dispositivo representacional – as grandes questões típicas do embate da democracia representacional. Os políticos já não se enfrentam entre si, mas o fazem intermediados pelos jogos enunciativos do discurso da atualidade, como espetáculo. De outro, os políticos compreendem que sem visibilidade irradiada é impossível fazer funcionar o discurso político. Fausto Neto (1995, p. 32)

Em todos os momentos, o mais importante para o candidato é que seu discurso seja crível, porém essa necessidade é ainda maior quando está exposto a grandes audiências, como é o caso dos programas de TV. De acordo com Charaudeau (2006a, p. 120), “no discurso político, a credibilidade é fundamental, uma vez que o desafio consiste em tentar persuadir determinado público de que se tem certo poder”.

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”. Segundo ele, “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”.

Charaudeau refere-se à força dos argumentos e cita “os mais recorrentes, uma vez que alguns não podem ser empregados no quadro do discurso político”. Os argumentos pela força das crenças partilhadas; os argumentos pelo peso das circunstâncias e de sua contrapartida; os argumentos pela vontade de agir do sujeito que argumenta; os argumentos

pelo risco de não fazer a escolha certa; os argumentos relativos à autoridade de si; os argumentos pela desqualificação do adversário e os argumentos por analogia.

Conforme Orlandi, (2000, p. 42), “os sentidos não estão nas palavras elas mesmas. Estão aquém e além delas”. Portanto, segundo a autora, “podemos dizer que o sentido não existe em si, mas é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas”. Ainda nesta perspectiva, deve-se considerar que as palavras alteram seu sentido de acordo com as posições daqueles que as utilizam.

A noção de formação discursiva, ainda que polêmica, é básica na Análise de Discurso, pois permite compreender o processo de produção dos sentidos, a sua relação com a ideologia e também dá ao analista a possibilidade de estabelecer regularidades no funcionamento do discurso. A formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito. (ORLANDI, p. 43).

Um discurso só obtém sentido no interior de um universo de outros discursos, espaço no qual ele deve delinear seu caminho. Dessa forma, segundo Maingueneau (2001, p. 55), “para interpretar qualquer enunciado, é necessário relacioná-lo a muitos outros – outros enunciados que são comentados, parodiados, citados, etc”.

Dois processos articulam o discurso, segundo Orlandi: a paráfrase e a polissemia. Segundo a autora (2000, p. 36), “os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. A paráfrase representa assim o retorno aos mesmos espaços do dizer”. O conceito de paráfrase é importante para a análise que será feita das principais marcas apresentadas na cobertura da mídia sobre os debates.

#### 4.1.1 *Corpus* da Pesquisa

A constituição do *corpus* de pesquisa desta dissertação é o resultado do processo de análise dos diversos debates desenvolvida para o Exame de Qualificação e pela testagem do material. Os cinco debates principais, um no primeiro turno e quatro no segundo turno, foram

gravados, decupados, mas apenas dois se mostraram suficientes para os objetivos da dissertação, como segue:

- a) Debate presidencial organizado pela Rede Globo no primeiro turno da eleição de 2006, realizado dia 28 de setembro com a participação de Geraldo Alckmin (PSDB), Heloísa Helena (PSOL) e Cristovam Buarque (PDT), denominado Debate da Cadeira Vazia;
- b) Primeiro debate do segundo turno organizado pela Rede Bandeirantes realizado dia 8 de outubro de 2006 com a participação de Geraldo Alckmin (PSDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT), denominado Debate do Duplo Combate;
- c) Repercussão dos debates em três jornais de circulação nacional - O Estado de São Paulo (Estadão), Folha de São Paulo (FSP) e O Globo (Globo) num total de 42 textos (21 do Cadeira Vazia e 21 do Duplo Combate);
- d) Repercussão do Debate da Cadeira Vazia nos quatro telejornais da TV Globo (Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo);
- e) Repercussão dos debates em três principais sites de notícias do país e em dois blogs jornalísticos na internet e;
- f) Repercussão em quatro programas do HGPE, sendo dois de Lula e dois de Alckmin.

#### 4.1.2 Procedimentos Metodológicos

A pesquisa e análise sobre os debates e sua repercussão foram orientadas por referências dos estudos do discurso e da abordagem semiótica. Além disso, para situar historicamente o leitor são construídos dois gráficos (Gráfico 1 e 2), onde são apresentados os principais fatos ocorridos durante a campanha eleitoral, primeiro e segundo turnos, e a posição dos candidatos melhor colocados nas pesquisas.

#### 4.1.2.1 Análise dos debates

A partir da gravação dos debates realizados na eleição presidencial de 2006, do HGPE de todos os candidatos e do mapeamento da repercussão dos encontros na mídia foi constituído o material que possibilitou a presente análise. Após a seleção dos debates que integrariam o *corpus* da pesquisa os dois escolhidos foram várias vezes assistidos. Para viabilizar a análise, os debates selecionados foram então desconstruídos e as principais intervenções dos candidatos relacionadas. As intervenções dos candidatos e mediador são literais e transcritas através das inúmeras vezes em que os debates foram assistidos pela autora.

Para analisar o comportamento dos candidatos nos debates são utilizadas algumas das categorias trabalhadas por Weber (2006), objetividade, segurança, firmeza, clareza e argumentação/refutação.

Informações sobre o candidato também são apreendidas das suas feições associadas ao cabelo, gravata, expressão facial e gestual, sendo observados para apreender o nível de ansiedade/tranquilidade e certezas. Através da indumentária, pode-se provocar associações entre uma camisa branca e o dizer sobre a ética, transparência. A entonação da voz dará credibilidade ao texto quanto mais serena, positiva, natural, clara e agradável. O vestuário, por sua vez, será associado à modernidade, conservadorismo, sobriedade, formalidade e elegância. Weber (2000, p. 60)

A análise dos debates obedeceu aos seguintes itens que pretendem dar conta das características da televisão e do debate político:

- a) *Estrutura e funcionamento* do debate que abrange a descrição das *Vinhetas*, *do Cenário*, das *Regras* e da *Mediação* (o mediador dos debates);
- b) Descrição dos *Presidenciáveis* que contempla aspectos da sua *Indumentária* e da sua *aparência*;
- c) Descrição do *Desenvolvimento* do debate dividido por *Blocos* e temas



#### 4.1.2.2 Análise da repercussão dos debates

Como a intenção, nesta pesquisa, é entender a importância dos debates para o processo eleitoral primeiro é feita a contextualização da eleição presidencial de 2006. O passo seguinte consiste na análise dos debates e mapeamento da repercussão dos mesmos na mídia englobando jornais, internet e telejornais. A escolha dos jornais nacionais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, O Globo e dos telejornais da Rede Globo para a análise deve-se a abrangência destes em âmbito nacional e importância na formação da opinião pública. Os outros espaços midiáticos mencionados na repercussão obedecem ao mesmo critério, abrangência nacional e importância para a opinião pública. A repercussão do primeiro debate do segundo turno na propaganda eleitoral dos candidatos (HGPE) também é salientada. Não houve utilização do debate da TV Globo na propaganda dos candidatos já que o encontro foi o último evento midiático da campanha eleitoral no primeiro turno.

Com o objetivo de mensurar a abrangência da cobertura sobre o debate analisou-se algumas das matérias publicadas nos jornais O Estado de São Paulo (Estadão)<sup>23</sup>, Folha de São Paulo (FSP)<sup>24</sup> e O Globo (Globo) nos dias 29 e 30 de setembro de 2006 que trataram do debate e abordaram a ausência de Lula no encontro promovido pela Rede Globo. O *corpus* de análise é composto por 21 textos informativos. Os jornais Estadão e FSP publicaram duas capas<sup>25</sup> no dia 29 de setembro.

O mesmo procedimento foi realizado para buscar identificar o que mais foi destacado pelos principais jornais do país sobre o primeiro debate entre Lula e Alckmin. Foram analisadas várias matérias que abordam o debate publicadas nos jornais FSP<sup>26</sup>, Estadão<sup>27</sup> e Globo<sup>28</sup> nos dias 09 e 10<sup>29</sup> de outubro de 2006. O *corpus* da análise é composto por 21 textos informativos.

Destaca-se que as marcas indicativas dos sentidos das formações discursivas encontradas estão em negrito. O que possibilitou a seleção das formações discursivas que

---

<sup>23</sup>Reprodução da capa do Estadão, primeira edição (São Paulo), no anexo A.

<sup>24</sup>Reprodução da capa da FSP, primeira edição (São Paulo), no anexo B.

<sup>25</sup>Reprodução das capas da FSP e do Estadão edições nacionais nos anexos C e D, respectivamente.

<sup>26</sup>Reprodução da capa da FSP do dia 09 de outubro no anexo E

<sup>27</sup>Reprodução da capa do Estadão do dia 09 de outubro no anexo F.

<sup>28</sup>Reprodução da capa do Globo do dia 09 de outubro no anexo G.

identificam, segundo a análise, as principais marcas da cobertura dos jornais FSP, Estadão e Globo sobre o debate entre Lula e Alckmin foi o movimento de reiteração característico da paráfrase. As seqüências discursivas que servem como ilustração para identificação das principais marcas pertencem aos textos analisados e estes são identificados pela letra T, conforme a indicação abaixo:

Textos referentes ao debate da TV Globo – Cadeira Vazia:

Folha de São Paulo – onze textos: (T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T15)

O Estado de São Paulo – seis textos: (T11, T12, T13, T14, T19, T20)

O Globo – quatro textos: (T16, T17, T18, T21)

Textos referentes ao debate da TV Bandeirantes – Duplo Combate:

Folha de São Paulo – sete textos: (T1, T2, T3, T17, T18, T19, T20)

O Estado de São Paulo – quatro textos: (T4, T5, T13, T14)

O Globo – 10 textos: (T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12, T15, T16, T21)

A cobertura do debate da cadeira vazia nos telejornais da TV Globo, Bom Dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo também é analisada, buscando-se identificar as principais marcas discursivas apresentadas.

#### **4.2 Os debates televisivos na eleição presidencial de 2006**

A campanha em busca do cargo de Presidente da República, em 2006, iniciou oficialmente dia 15 de agosto de 2006 com o começo do HGPE e encerrou sua etapa de primeiro turno no dia 28 de setembro de 2006 com o debate na TV Globo. O segundo turno teve início com o HGPE, no dia 12 de outubro, e foi encerrado no dia 27 de outubro, também com o debate promovido pela Rede Globo.

A eleição de 2006 teve oito candidatos à Presidência da República disputando o primeiro turno realizado dia 1º de outubro, Luiz Inácio Lula da Silva – Partido dos

---

<sup>29</sup> Reprodução das capas da FSP e Estadão do dia 10 de outubro nos anexos H e I respectivamente.

Trabalhadores (PT), Geraldo Alckmin – Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Heloísa Helena - Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Cristovam Buarque - Partido Democrático Trabalhista (PDT), Ana Maria Rangel - Partido Republicano Progressista (PRP), José Maria Eymael - Partido Social Democrata Cristão (PSDC), Luciano Bivar - Partido Social Liberal (PSL) e Rui Costa Pimenta - Partido da Causa Operária (PCO). Lula e Alckmin obtiveram as maiores votações no primeiro turno, realizado dia 1º de outubro de 2006, 48,61% e 41,64% dos votos válidos respectivamente (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2007a).

No primeiro turno foram realizados dois debates em canal aberto, TV Bandeirantes e TV Globo e um em canal fechado na TV Gazeta. Lula não compareceu a nenhum. De acordo com Fausto Neto (2006, p. 6), “os debates televisivos do primeiro turno constituíram-se nos produtos mais importantes que as duas emissoras (Globo e Bandeirantes) selecionaram para sua programação voltada às eleições, na primeira fase”. Os eventos integraram, conforme o autor, “parte de estratégias jornalísticas que as duas redes disputaram, em termos de produção de sentido, para produzir modalidades de ‘contato’ com o campo da política” (FAUSTO NETO, 2006, p. 6).

Os candidatos Lula e Alckmin chegam ao segundo turno para se enfrentar em quatro debates. O debate na TV Bandeirantes é o primeiro evento da nova etapa da campanha, já que o HGPE só tem início quatro dias depois do encontro. O segundo turno trouxe candidatos em situações emocionais bem distintas. Alckmin estava confiante com a conquista de ter chegado ao segundo turno e Lula trazia o peso de ter que enfrentar uma segunda fase da campanha eleitoral.

O candidato-presidente após ter se furtado, em alguns momentos, “das interações midiáticas propostas e inteiramente regidas por suas lógicas”, Fausto Neto (2006, p. 17), “rende-se” a essa realidade e decide comparecer a todos os debates organizados no segundo turno. Não foi a primeira vez que Lula evitou os debates. Em 2002, no segundo turno se recusa a enfrentar Serra, aceitando, conforme mencionado anteriormente, somente um encontro que teve formato inusitado na TV Globo e não permitiu confronto direto.

Lula em seu primeiro programa do segundo turno na TV<sup>30</sup>, 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, reportagens<sup>31</sup> da Folha de São Paulo e do O Estado de São Paulo destacavam respectivamente "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" e "estou convencido de que a minha decisão (de não ir ao debate) foi certa. Foi o que o povo viu. Assistiu ao nível do debate que os adversários queriam que fizesse".

#### 4.2.1 Síntese dos Debates

Apresenta-se um resumo dos debates realizados na eleição presidencial de 2006, que não integram a análise, com o objetivo de propiciar ao leitor uma visão geral dos programas. Destaca-se os principais aspectos dos debates como data, local, horário, audiência, participantes, mediador, estrutura e regras.

##### **a) Debate TV Bandeirantes - primeiro turno**

O primeiro debate da eleição presidencial de 2006 foi realizado pela Rede Bandeirantes no dia 14 de agosto de 2006, segunda-feira, às 22 horas, ao vivo nos estúdios da

---

<sup>30</sup>Primeiro programa do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral exibido no dia 12 de outubro de 2006 na televisão.

<sup>31</sup>Jornal folha de São Paulo edição de 30 de setembro de 2006, p. A8. Jornal O Estado de São Paulo edição de 30 de setembro de 2006, p. A18.

emissora em São Paulo com audiência média de 6 pontos<sup>32</sup>. Participaram do debate os candidatos Geraldo Alckmin, Heloísa Helena, Cristovam Buarque, José Maria Eymael e Luciano Bivar. O presidente Lula não compareceu. O debate foi mediado pelo apresentador do Jornal da Band, Ricardo Boechat e teve cinco blocos. No quarto bloco, participam também com perguntas os jornalistas Franklin Martins, José Paulo de Andrade e Joelmir Beting.

O cenário (Figura 1) era simples, parede com fundo azul e nela palavras impressas em tom mais claro referentes a temas de interesse nacional economia, educação, progresso, segurança e saúde, tinha também o contorno do mapa do Brasil entre duas colunas de cor laranja localizadas ao centro da parede, atrás do mediador. O mediador ficava no centro da mesa em forma oval, entre os candidatos. De um lado do mediador ficaram da esquerda para a direita, Geraldo Alckmin (PSDB), Luciano Bivar (PSL) e Cristovam Buarque (PDT), do outro lado José Maria Eymael (PSDC), Heloísa Helena (PSOL) e a cadeira destinada a Lula identificada e que permaneceu vazia durante todo o encontro.

O mediador explicou na abertura do primeiro bloco que o candidato-presidente havia comunicado à Rede Bandeirantes que não compareceria. No primeiro bloco, Ricardo Boechat fez uma pergunta comum aos cinco participantes, eles escolheram entre os temas, emprego, educação, saúde e corrupção. O segundo e o terceiro blocos foram de perguntas entre os candidatos com ordem definida por sorteio realizado pelo mediador. No quarto bloco, os candidatos responderam a perguntas de três jornalistas da Rede Bandeirantes. O quinto bloco foi de considerações finais.

---

<sup>32</sup>De acordo com a TV Bandeirantes, emissora que organizou o encontro entre os cinco participantes, o programa atingiu uma média de 4 pontos e um pico de 6 pontos no Ibope, dados do site: **Veja on-line**. Debate sem Lula da só 6 pontos. Disponível em: <<http://vejaonline.abril.com.br/notitia/servlet/newstorm.ns.presentation.NavigationServlet?publicationCode=1&pageCode=1281&textCode=119228&date=currentDate>>. Acesso em: 30 de Ago. de 2006.



Figura 1 – Cenário debate na TV Bandeirantes – Primeiro turno  
Fonte: Bergamo (2006)

A TV Bandeirantes seguiu a tradição de realizar o primeiro debate entre os candidatos à presidência. Foi um encontro tranquilo sem muitas críticas e divergências entre os participantes. Apesar da cadeira vazia integrar o cenário do debate, como no primeiro debate da Rede Globo, perguntas não puderam ser direcionadas ao ausente. A ausência de Lula foi lembrada e criticada pelos presidenciáveis.

#### **b) Debate TV Gazeta - primeiro turno**

A TV Gazeta, canal fechado, da Fundação Cásper Líbero, realizou debate no dia 13 de setembro de 2006, quarta-feira, às 23 horas, ao vivo no estúdio em São Paulo com audiência média de 1 ponto (MUNARI, 2006). Compareceram ao encontro os candidatos Geraldo Alckmin, Cristovam Buarque e Heloísa Helena. A jornalista e apresentadora do Jornal da Gazeta, Maria Lydia mediu o debate. Lula não foi ao encontro. Segundo a mediadora do programa, a emissora não recebeu resposta de Lula ao convite para o debate que teve cinco blocos. O cenário (Figura 2), era simples com uma tribuna para cada um dos quatro candidatos convidados pela emissora. A tribuna destinada à Lula, identificada, ficou vazia e permaneceu no cenário durante todo o encontro. Em cada início de bloco Maria Lydia lembrava que Lula havia sido convidado, porém não tinha comparecido e nem respondido ao convite. A partir da esquerda ficaram assim posicionados, Cristovam Buarque (PDT), Heloísa Helena (PSOL), Geraldo Alckmin (PSDB) e o lugar vazio, reservado para o presidente Luiz

Inácio Lula da Silva. A apresentadora ficou à esquerda dos candidatos, também em uma tribuna.

O primeiro bloco foi destinado às considerações iniciais dos candidatos. No segundo e terceiro blocos, os candidatos fizeram perguntas entre si com temas determinados por sorteio. O quarto bloco foi de perguntas dos jornalistas aos candidatos. Dirigiram perguntas aos presidentiáveis, além da apresentadora, os jornalistas Carlos Marchi e Bob Fernandes. Carlos Marchi quis fazer uma pergunta para o ausente, mas a apresentadora Maria Lydia interveio e disse que as regras do debate não permitiam. O jornalista ainda insistiu e foi advertido pela mediadora. No quinto bloco, os candidatos fizeram as considerações finais.



Figura 2 – Cenário debate na TV Gazeta – Primeiro turno  
Fonte: Bergamo (2008)

No debate na TV Gazeta, as principais críticas dos presidentiáveis foram direcionadas ao candidato-presidente. Os candidatos optaram por atacar Lula na maioria de suas intervenções. Cristovam Buarque pediu que aos eleitores que provocassem um segundo turno.

### **c) Debate SBT - segundo turno**

O debate no SBT foi realizado no dia 19 de outubro de 2006, quinta-feira, às 21 horas, ao vivo nos estúdios da emissora em São Paulo com audiência de uma média de 11 ponto (PADIGLIONE, 2006a). O segundo encontro entre Lula e Alckmin foi dividido em quatro blocos e mediado pela jornalista Ana Paula Padrão. O cenário era bastante simples (Figura 3),

com a parede, ao fundo, na cor lilás e uma mesa redonda, no centro, onde ficavam a mediadora sentada entre os dois candidatos. Lula à esquerda e Alckmin à direita de Ana Paula Padrão.

No primeiro bloco, os candidatos falaram de suas propostas de governo a partir de quatro temas sorteados pela mediadora. No segundo e no terceiro blocos, os candidatos fizeram perguntas entre si. O quarto bloco foi dedicado às considerações finais dos candidatos.



Figura 3 – Cenário SBT – Segundo turno  
Fonte: Lima (2008)

No debate no SBT, os candidatos tiveram um comportamento diferente do encontro na TV Bandeirantes. Estavam mais tranquilos, porém não deixaram de tecer duras críticas um ao outro. Alckmin abandonou a postura agressiva apresentada no primeiro debate. Lula optou por chamar a atenção dos eleitores para as diferenças entre o seu governo e o do seu antecessor Fernando Henrique Cardoso. Alckmin preferiu apontar as diferenças de como seria sua gestão com os resultados do Governo Lula. Os escândalos também foram lembrados, mas com menos intensidade do que no primeiro debate.

#### **d) Debate TV Record – segundo turno**

O debate na TV Record foi realizado no dia 23 de outubro de 2006, às 22h30, segunda-feira, ao vivo, nos estúdios da emissora em São Paulo. O encontro foi mediado pelo



jornalista Celso Freitas e teve cinco blocos. O cenário (Figura 4) era constituído de três tribunas localizadas no centro sob um estrado, que tinha na frente, no chão “O voto é na Record”. A parede ao fundo era na cor azul com silhuetas em tom claro, representando pessoas. Os candidatos ficaram cada um em uma tribuna, em pé, um de cada lado do mediador.

No primeiro bloco, os candidatos fizeram cada um suas considerações iniciais e depois perguntas um ao outro. O segundo e o quarto blocos contaram com perguntas de candidato para candidato, duas perguntas para cada um. No terceiro bloco, os candidatos responderam a perguntas de três jornalistas, Adriana Araújo e Christina Lemos (Rede Record) e Bob Fernandes (Portal Terra). Cada jornalista fez duas perguntas a cada candidato. O quinto bloco foi dedicado às considerações finais.



Figura 4 – Cenário debate na TV Record – Segundo turno  
Fonte: Lima (2007)

No terceiro debate, Alckmin voltou a intensificar as acusações ao Governo Lula. Os escândalos foram lembrados por Alckmin. Lula voltou a se referir às Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs) que teriam sido abafadas na Assembléia paulista durante a gestão de Alckmin. Com 20 pontos à frente do adversário, nas pesquisas, o candidato-presidente estava seguro e firme nas intervenções. Alckmin voltou a perguntar de onde havia saído o dinheiro que seria usado para “comprar o dossiê fajuto?”. Lula salientou que o povo “está repudiando esse comportamento do Alckmin”.

### e) Debate TV Globo – segundo turno

O debate na TV globo foi realizado dia 27 de outubro de 2006, a dois dias da eleição, às 22h30, ao vivo nos estúdios da emissora no Rio de Janeiro com média de 39 pontos (PADIGLIONE, 2006b) de audiência, mais que o dobro da média registrada nos debates em outras emissoras. O formato do debate foi diferente dos realizados pelas outras redes e similar ao debate realizado pela própria Rede Globo em 2002. O encontro foi conduzido pelo editor-chefe do Jornal Nacional, jornalista William Bonner e teve quatro blocos. O cenário (Figura 5) era em formato circular com os 80 eleitores indecisos selecionados pelo Ibope nas cinco regiões do país posicionados em volta. No centro os candidatos e o mediador. Atrás do mediador, mas sem serem vistos, ficavam os convidados dos dois candidatos. Os candidatos Lula e Alckmin ficaram lado a lado. Um banco com uma bancada acoplada era destinada a cada um dos debatedores. Entre Lula e Alckmin um painel com tela dividida em 12 quadros, cada quadro representava os eleitores e suas perguntas, ao tocar em um dos quadros o candidato selecionava um eleitor que lhe dirigia a pergunta.

Nos três primeiros blocos os candidatos responderam a perguntas formuladas pessoalmente pelos eleitores indecisos ao serem escolhidos pelo candidato através do dispositivo eletrônico. No último bloco, Lula e Alckmin puderam fazer perguntas entre si com tema livre.



Figura 5– Cenário debate na TV Globo – Segundo turno  
Fonte: Bergamo (2007)

O último encontro entre Lula e Alckmin, na eleição presidencial de 2006 ocorreu com um cenário eleitoral definido, segundo as pesquisas de opinião. Com formato e cenário

diferenciados o debate permitiu que Lula e Alckmin se movimentassem bastante durante o programa. Por várias vezes, o candidato-presidente aproximou-se do adversário, a ponto de tocá-lo. Sustentado por uma posição favorável e com mais de 20 pontos à frente de Alckmin nas pesquisas Lula foi o mais incisivo no debate.

## 5 O DEBATE DA CADEIRA VAZIA – (TV GLOBO, PRIMEIRO TURNO)

O último debate do primeiro turno foi realizado dia 28 de setembro de 2006, quinta-feira, às 22h30min, ao vivo, nos estúdios da Rede Globo no Rio de Janeiro e durou 1h40. Com relação à audiência o debate obteve em média 30 pontos (PADIGLIONE, 2006). Mesmo sem a presença de Lula, principal candidato, a audiência foi considerada satisfatória pela emissora.

Apresenta-se, inicialmente, um breve histórico da TV Globo, promotora do debate. A análise começa com a descrição do debate entre Heloísa Helena (Heloísa), da coligação Frente de Esquerda (PSOL/PSTU/PCB), Geraldo Alckmin (Alckmin), representando a coligação Por um Brasil Decente (PSDB/PFL), Cristovam Buarque (Cristovam), (PDT) e a cadeira destinada a Luiz Inácio Lula da Silva (Lula), coligação A Força do Povo (PT/PRB/PCdoB). Porém, é importante ressaltar que o encontro não foi transcrito na íntegra, foram selecionadas as intervenções principais dos candidatos e que servem para identificar as estratégias discursivas adotadas pelos participantes. O debate é apresentado quanto à data, horário, local, cenário, mediação, temas, audiência e regras.

### 5.1 TV Globo e Eleições: tudo a ver

A TV Globo foi inaugurada no dia 26 de abril de 1965, quando entrava no ar o Canal 4 do Rio de Janeiro, de propriedade do empresário Roberto Marinho. Segundo Porcello (2004, p. 28), “a emissora só conseguiu ser viabilizada graças a um acordo de cooperação técnica com o grupo norte-americano *Time-Life*, que se constituía num flagrante desrespeito à legislação brasileira”.

A TV Globo<sup>33</sup>, atualmente, cobre 98,53% do território nacional, atingindo 5.482 municípios e 99,47% da população. Cerca de 90% da programação é produção própria. São

---

<sup>33</sup>Informações do site oficial da Rede Globo disponível em:  
<<http://redeglobo.globo.com/TVG/0,,9648,00.html>>. Acesso em: 24 de fev. de 2008.

produzidas pela emissora cerca de 2.500 horas anuais de novela e programas, recorde mundial de teledramaturgia, além das mais de 1.800 horas anuais de telejornalismo.

A Rede Globo possui um extenso currículo no que diz respeito à história política do Brasil. Foi apontada como protagonista em diversos momentos eleitorais. Conforme Lima (2001, p. 144), a Rede Globo demonstrou seu papel político ativo nas seguintes situações concretas:

(1) informação sabidamente falsa foi promovida como parte de um boicote contra Leonel Brizola nos anos anteriores ao movimento militar de 1964 [...] (2) cobertura jornalística distorcida foi realizada por ocasião da primeira greve na história brasileira de trabalhadores de uma refinaria de petróleo da Petrobrás, em junho de 1983; e (3) omissão deliberada de informação aconteceu por ocasião da campanha das Diretas Já, cujo objetivo era a volta das eleições diretas para presidente da República, no primeiro semestre de 1984.

Como lembra Porcello (2004, p. 24), “a globo também se posicionou favoravelmente ao primeiro candidato eleito pelo voto direto depois do regime militar. Em 1989, ela apoiou, de forma ostensiva, o candidato Fernando Collor de Mello”. Tem-se ainda a edição do debate entre Collor e Lula apresentada no Jornal Nacional, em que foram selecionadas partes do encontro que favoreciam Collor e desqualificavam a atuação de Lula. Muitos outros episódios poderiam ser citados, estudos que tratam das eleições presidenciais de 1994 e 1998 também revelam o papel significativo da emissora nas disputas.

Em 2002, a TV Globo reformula sua maneira de acompanhar a eleição presidencial e abre espaço para a agenda dos candidatos, promove entrevistas em três dos seus telejornais e organiza debates. De acordo com Rubim (2004, p. 9), “no pleito de 2002 o silenciamento, como por encanto, desapareceu de modo notável”. Importa destacar que o tipo de cobertura restrita e convergente com os interesses do governo, da época, não foi privilégio da Rede Globo nas eleições de 1994 e 1998.

Assim como em 2002, a Rede Globo, em 2006, dedicou espaço expressivo às eleições presidenciais, promoveu além de debates a mesma seqüência de entrevistas com os principais candidatos em três de seus telejornais e acompanhou as agendas diariamente. Mas conforme se observará na análise a atuação da TV Globo, em 2006, apresentou algumas características distintas da anterior, especialmente em relação ao debate final do primeiro turno e à cobertura do evento nos telejornais da emissora.

## 5.2 Estrutura e funcionamento do debate

### 5.2.1 Vinhetas

O programa começa com a vinheta de abertura. A vinheta é a linguagem utilizada pela televisão para informar ao público que um programa está começando ou terminando. A vinheta utilizada na abertura, intervalos e encerramento do programa é a mesma. Ela é a marca do programa. No caso das eleições, a TV Globo, a exemplo de outras emissoras, utiliza a mesma vinheta para todos os programas que tratam do tema. A vinheta utilizada pela emissora, em 2006, é a mesma da eleição de 2002.

### 5.2.2 Cenários

O cenário foi construído em fundo todo em azul com a palavra eleições (Figura 6), ao fundo, em azul com contorno das letras em amarelo. O coordenador ficava em pé, em uma bancada sozinho de frente para os candidatos que tinham um espaço reservado com quatro cadeiras dispostas lado a lado sendo da esquerda para a direita assim dispostas, Cristovam, Heloísa, Alckmin e Lula. O posicionamento dos candidatos foi definido por sorteio previamente, na presença das assessorias dos candidatos. A platéia que não pode ser vista está atrás do mediador e de frente para os presidentiáveis. Os assentos dos candidatos tinham placas de identificação situadas ao lado do assento, permitindo que ficasse evidenciado o nome de Lula na cadeira vazia. Havia uma mesa, em formato arredondado, destinada aos candidatos, intitulada de púlpito, com quatro microfones, dois de cada lado. No momento das intervenções, os candidatos ficavam frente a frente neste local.

### 5.2.3 Regras

O debate foi dividido em cinco blocos. Conforme acertado com as assessorias das candidaturas, cada candidato podia direcionar uma pergunta ao candidato ausente, tendo 40 segundos para formular a questão. Para as demais intervenções, os candidatos tiveram um minuto para fazer a pergunta, dois minutos para resposta, um minuto e meio para réplica e tréplica. Os blocos iniciavam e terminavam com a vinheta e foram alternados com temas livres e determinados através de sorteio realizado pelo mediador. Em cada início de bloco um candidato foi sorteado para iniciar as intervenções. O último bloco foi destinado às considerações finais. Para que todos os candidatos perguntassem e respondessem ao menos uma vez em cada bloco, foi adotada uma regra criada pelo matemático Oswald de Souza.

### 5.2.4 Mediações ou mediador

O encontro foi mediado pelo editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional, Willian Bonner (Bonner). O jornalista já havia comandado os debates na eleição de 2002.



Figura 6– Cenário debate da Cadeira Vazia na TV Globo – Primeiro turno  
Fonte: Agência Globo (2007)

### 5.2.5 Os Presidenciáveis

A seguir descreve-se o vestuário e a aparência dos candidatos à presidência. A forma como os candidatos vestem-se diz muito sobre a imagem que eles pretendem passar ao telespectador/eleitor.

#### 5.2.5.1 Indumentária:

- a) Alckmin: usava óculos, trajava terno preto, camisa branca e gravata cor grená;
- b) Cristovam: vestia terno preto, camisa azul claro e gravata na cor vermelha;
- c) Heloísa: estava com os cabelos presos, usava óculos, vestia camiseta branca, casaco branco com babados nas bordas, calça jeans, meias brancas e sapatos pretos.

#### 5.2.5.2 Aparência

Alckmin e Cristovam estavam elegantes, alinhados e vestidos de maneira muito semelhante. Os ternos escuros e bem cortados ajudam a passar uma imagem de sobriedade e credibilidade. Heloísa Helena apresentou-se com o mesmo estilo, já tradicional, de vestimenta, ela sempre aparece em público com o mesmo traje camiseta ou camisa branca e calça jeans.

## 5.3 Desenvolvimento

O debate foi dividido em cinco blocos com duração média de 20 minutos cada um.



### 5.3.1 Primeiro Bloco: temas definidos por sorteio (impostos, desemprego e transporte)

O programa começa com a vinheta e a imagem geral do cenário visto de cima. A imagem vem de trás da platéia, formada por convidados dos candidatos, e vai em direção aos presidenciáveis que estão em pé, cada um em frente a sua cadeira. A câmera focaliza Cristovam e Heloísa que estão lado a lado e se desloca para Alckmin e a cadeira vazia. Depois vai para o mediador que está em pé atrás de sua bancada.

- BONNER:

Olá, boa noite e bem-vindos à central Globo de Produção aqui no bairro de Jacarepaguá no Rio de Janeiro, nós teremos a partir de agora mais uma oportunidade de avaliar os planos e as idéias dos candidatos à Presidência da República. Estão conosco Cristovam Buarque do PDT, Heloísa Helena do PSOL e Geraldo Alckmin do PSDB. O candidato Luiz Inácio Lula da Silva do PT, não compareceu, a expectativa da vinda dele durou até às sete horas da noite; só então a Rede Globo recebeu uma carta em que o candidato à reeleição avisava que não participaria do debate, as regras não permitem grosserias, mas mesmo assim o candidato do PT alegou que alguns adversários pretendiam transformar o debate numa arena de agressões, sendo assim, a cadeira reservada para o candidato Lula permanecerá no cenário.

Bonner explicou as regras do encontro e na seqüência sorteou o primeiro candidato a pronunciar-se e o tema da pergunta. O tema sorteado foi impostos e o candidato Cristovam. Quando questionado pelo mediador a quem faria a pergunta, decidiu iniciar por Lula.

- BONNER:

Perfeitamente, então o senhor tem direito a 40 segundos para explicar a quem está em casa que pergunta faria ao presidente Lula.

- CRISTOVAM:

Presidente Lula, não chamo de candidato chamo de presidente como me acostumei a chamar desde 2002. Presidente Lula o senhor é candidato sobre forte suspeita do uso de recursos públicos e de outros recursos que ninguém sabe a origem no processo eleitoral isso é um caso muito grave, se o senhor for eleito apesar disso e depois se comprova todas essas suspeitas, o senhor renunciará ao cargo? Diante disso, estamos votando no senhor ou no vice-presidente José Alencar?

Não há resposta, evidentemente, já que Lula não está. A interação necessária ao debate político não é possível, segundo Fausto Neto (2006, p. 11), “a estratégia não está a serviço de um debate político, pois se sabe, antes do início, que o outro não estaria ali para produzir a interação presumível”. Cristovam faz sua primeira intervenção de maneira serena e clara. Depois de perguntar a Lula, o senador deve optar por um dos presentes para direcionar uma pergunta sobre impostos. Ele escolhe Alckmin. Bonner chama Alckmin que se dirige ao púlpito.

- ALCKMIN

Gostaria de lamentar a ausência de Lula. É um desrespeito não a mim, não a você, Cristovam, mas ao eleitor que quer escolher, comparar para decidir seu voto no domingo [...] meu projeto é um plano nacional de desenvolvimento [...].

Alckmin inicia sua participação de forma didática e tranqüila. Após réplica e tréplica, o mediador orienta Cristovam para que retorne ao seu lugar e Alckmin deve fazer a próxima pergunta a Heloísa. Bonner então a chama para o púlpito e sorteia o tema. A pergunta será sobre desemprego.

- ALCKMIN:

Senadora Heloísa Helena essa é uma das grandes preocupações de toda nossa população, o Brasil hoje cresce tem um dos menores crescimentos da América Latina [...] evidente que isso diminui a oferta de emprego, diminui a renda esse é o nosso grande desafio, o Brasil entre 180 países é praticamente o centésimo vigésimo sétimo, está lá no fim da fila [...] a Argentina cresceu 9% no ano passado e nós 2% esse ano, repete [...] a pergunta é a sua proposta para que nós possamos ter mais emprego.

- BONNER:

Dois minutos por favor candidata.

- HELOÍSA:

Bom, primeiro eu quero agradecer de coração as flores, as orações, o carinho e a generosidade que recebi em todos os lugares por onde eu passei, estou de consciência tranqüila, combati o bom combate não me dobrei as conveniências dos balcões de negócios sujos das estruturas de poder e quero igualmente aos outros candidatos, repudiar a ausência do candidato Lula. Ele tinha obrigação de descer de seu trono de corrupção, arrogância e covardia política. Tinha de estar aqui para responder ao povo brasileiro, mas eu sei também que ele não está aqui porque não tem autoridade moral para me enfrentar, ele sabe que sobrevivi à perseguição implacável dele, ele sabe que eu nasci, como ele, numa família simples, de Alagoas. Mas, ao contrário dele, não traí minha classe de origem é por isso que vai ser muito especial enfrentá-lo e derrotá-lo no segundo turno. Em relação aos graves problemas de desemprego, governador Alckmin, esses problemas foram criados, inclusive iniciados no governo Fernando Henrique do partido de vossa excelência, até porque a proposta de desenvolvimento econômico desse governo é de continuidade técnica do governo passado desestruturação [...].

A candidata se mostra disposta a não dar trégua ao ex-companheiro de partido, Lula. Ela iniciou a sua participação sorrindo, mas assim que se referiu a Lula mudou de expressão, ficou séria e até um pouco agressiva até o final de seu tempo quando Bonner a interrompeu. Alckmin continua tranqüilo, faz a réplica falando de sua proposta para o desemprego e criticando o Governo Lula. Censurou a corrupção e a alta carga tributária do governo petista.

- ALCKMIN:

[...] é preciso um grande ajuste para que paremos de jogar dinheiro fora. E são as pessoas simples que pagam mais impostos. No pacote de açúcar, 40% é esgoto...perdão imposto[...].

Apesar de estar calmo e falar com clareza, o ex-governador de São Paulo talvez com uma certa ansiedade em criticar o governo do ausente, atrapalha-se e troca imposto por

esgoto. Ele defende o Governo de Fernando Henrique. Bonner precisa interromper Alckmin que, pela segunda vez, ultrapassa o tempo. Heloísa faz a tréplica e continua incisiva.

- HELOÍSA:

[...] infelizmente, nem o Governo Fernando Henrique e nem o Governo Lula viabilizaram uma proposta concreta de desenvolvimento, é preciso baixar a taxa de juros e eu vou fazer porque eu tenho a coragem necessária para enfrentar os banqueiros [...] que eu estou dizendo que eu faço e eu faço que nem o Fernando Henrique e nem o Lula fizeram embora tenham passado 12 anos na estrutura do poder foram incapazes de impedir essa brutal e avassaladora transferência de renda [...].

Alckmin volta ao seu lugar e Heloísa deve perguntar a Cristovam que orientado por Bonner retorna ao púlpito. O último tema sorteado desse bloco é transporte. Nesse primeiro bloco os participantes já demonstram a estratégia definida para o encontro. Os três candidatos à Presidência da República não economizaram críticas ao presidente Lula em suas primeiras intervenções. Optaram pela estratégia da desqualificação do adversário ausente. No primeiro bloco, as atenções foram voltadas para a ausência de Lula. As críticas dos adversários do candidato-presidente deram o tom da primeira parte do programa que foi encerrada pelo mediador e com imagem da cadeira vazia. Neste bloco a cadeira vazia apareceu cinco vezes em close.

### 5.3.2 Segundo Bloco: temas livres (corrupção e segurança pública)

O bloco tem início com a vinheta de abertura e a focalização da cadeira vazia. O segundo bloco é de temas livres. Alckmin é o sorteado pelo mediador para começar.

- ALCKMIN:

Senador Cristovam, uma das questões que mais preocupam, hoje, a população brasileira é a questão da corrupção, nós tivemos o mensalão que é na realidade uma visão autoritária de um poder querer comprar o outro poder, subjugar outro poder e segundo o procurador da república

isso tramado dentro do Palácio do Planalto através do ministro José Dirceu e através da cúpula do PT, José Genuíno, Silvío Pereira, Delúbio Soares, tivemos o escândalo do Banco do Brasil da Visanet, tivemos o escândalo Gtec da Petrobrás, tivemos o escândalo do Valerioduto, tivemos o escândalo da Secom, onde R\$ 11 milhões desapareceram e a desculpa depois do governo é que o material teria sido entregue em diretórios do PT e tivemos agora esse caso do dossiê Vedoin, 1 milhão e 700 mil em dinheiro.

Bonner interrompe Alckmin:

Sua pergunta candidato.

Apesar disso, Alckmin continua:

Minha pergunta ao senador Cristovam

- BONNER:

Tempo esgotado candidato, sinto muito.

Mesmo assim, Alckmin completa:

Qual sua proposta para o combate à corrupção?

- BONNER:

Candidato Cristovam, por favor, um minuto, ah! dois minutos, por favor.

- CRISTOVAM:

Primeiro a gente precisa ampliar o conceito de corrupção, faltar a um debate como esse é uma forma de corrupção, é uma corrupção não de roubar dinheiro, mas de roubar esperanças, de roubar a chance do eleitorado de saber em quem votar e permitir esse diálogo e esse confronto com cada um, o presidente Lula ao faltar hoje, aqui, cometeu um ato de corrupção contra a democracia[...].

Os candidatos concentram esforços no ataque ao candidato-presidente e na busca por levar a eleição ao segundo turno. Ao que tudo indica, seus esforços não foram em vão, apesar de não terem conseguido evitar a reeleição de Lula podem ter contribuído para que a eleição

não fosse definida no primeiro turno. Tiveram a ajuda da imprensa, conforme se verá adiante, nesta empreitada que repercutiu o debate em todos os seus segmentos.

Os candidatos não se comportam, ou agem, como se estivessem em um debate e sim em uma discussão onde “as posições dos interlocutores são compatíveis e podem evoluir no decorrer das trocas de argumentos no sentido do consenso, ou da busca de uma solução a um problema comum” (THIOLENT, 1986, p. 71). No caso o problema é Lula.

- ALCKMIN:

Senador Cristovam eu quero concordar plenamente e dizer ao nosso telespectador, a você, ao senhor, a senhora que tá em casa que não é possível um país como o Brasil, essa potência que é o Brasil esse país continental continuar com tãos (sic) maus exemplos [...] a ausência no debate é uma visão autoritária, é alguém que não quer prestar contas à população, de quem tem medo de prestar contas é fraco, fraco, duro com aquele Francenildo, o caseiro pobre do nordeste do Piauí o jardineiro honesto aí é duro viola conta, comete irregularidade, e é fraco com o colarinho branco, esse crime horroroso nordestino, você que tá em casa pense comigo, 13 dias depois que foi encontrado um milhão e 700 mil em dinheiro vivo dólar, reais até hoje o governo não diz quem são os donos das contas, não diz como o dólar entrou no país, não diz de quem é o dinheiro não apresenta a verdade dos fatos.

Os candidatos não estão dispostos a instaurar um “debate real”, estão irmanados na intenção de atacar o ausente e para isso não importa que precisem partilhar as idéias do adversário, concordar e reforçar a opinião do outro. Como faz Cristovam Buarque na tréplica.

- CRISTOVAM:

Eu estou de acordo e levanto a suspeição maior é isso acontecer nas vésperas de uma eleição, gente vocês que estão assistindo aqui a esse debate o que que (sic) vai acontecer, se dez dias depois de uma eleição [...] o presidente Lula conseguir, que eu espero que não consiga ganhar no primeiro turno, o que vai acontecer se descobirmos que tinha dinheiro de campanha nessa compra do dossiê? Um outro impeachment? A renúncia dele? [...] por favor vamos fazer em nome da democracia brasileira um segundo turno para que o presidente possa debater com qualquer um de nós que vá ao segundo turno.

Depois de pedir um segundo turno Cristovam, deve formular uma pergunta a Heloísa e lembra que os dois saíram do PT. O senador mantém a mesma postura de tranquilidade, clareza e segurança nas colocações.

- BONNER:

Candidato Cristovam Buarque, o senhor no bloco anterior fez a pergunta ao candidato ausente Lula, portanto, agora obrigatoriamente o senhor vai fazer a pergunta a candidata Heloísa Helena, eu peço ao candidato Alckmin que volte ao seu lugar, o tema é livre, candidata por favor venha ao púlpito, a pergunta precisa ser feita em um minuto.

Willian Bonner aproveita para lembrar, mais uma vez, a ausência de Lula. Enquanto o mediador explica a imagem, mostra Cristovam e Alckmin olhando atentamente para ele, depois se vê Alckmin se deslocando para seu lugar e a senadora se dirigindo ao púlpito. A candidata leva consigo um pequeno caderno e uma caneta, ajeita a roupa, e fica de braços cruzados olhando para o senador enquanto ele formula a pergunta. Várias vezes Heloísa puxa a roupa para baixo. O senador está distraído e pergunta a Bonner sobre o tempo para sua intervenção.

- CRISTOVAM:

Quanto?

- BONNER:

Um minuto para a pergunta.

- CRISTOVAM:

Senadora, entre muitas outras coisas em relação ao futuro a gente tem uma coisa em comum, nós dois saímos do PT, por mais que a gente se afaste a gente tem um certo carinho, eu tenho, com a militância imensa desse partido [...] a gente não pode abandonar esses jovens militantes que ainda sonham, apesar de acomodados, o que a senhora acha que a gente pode fazer para despertar na alma desses militantes do PT que ainda são capazes de sonhar com um Brasil diferente, despertar na alma deles o gosto da mudança, da revolução, da transformação?

Antes de responder a candidata olha para o mediador, a imagem de Bonner não aparece, e como que se recebesse a autorização para falar inicia sua intervenção olhando para a câmara.

- HELOÍSA:

Bom, primeiro eu não tenho dúvida de que existem dentro do PT militantes honestos socialistas que se envergonham de toda essa, estruturação de uma verdadeira organização criminosa que é comandada pelo presidente da república que é capaz de roubar, caluniar e liquidar qualquer um que pela frente passe ameaçando seu projeto de poder, segundo, só pra lembrar, eu não saí do PT eu fui expulsa do partido e fui expulsa porque não aceitei que o Governo Lula, primeiro acobertasse a corrupção do Governo Fernando Henrique eram muitas denúncias [...].

Em sua réplica, o candidato do PDT solicitou novamente, desta vez dirigindo-se aos militantes do PT, o segundo turno para "permitir uma eleição limpa e sem suspeição". Após sua intervenção Cristovam é orientado pelo mediador a “voltar ao seu posto”. Heloísa Helena deve escolher a quem fará a pergunta e indica Lula. A candidata está no chamado púlpito sozinha e de costas para a cadeira vazia.

- BONNER:

Candidata Heloísa a quem a senhora vai dirigir sua pergunta?

A senadora aponta por cima do ombro sem se virar para a cadeira vazia.

- HELOÍSA:

Ao Lula.

Nesse momento a câmara focaliza a cadeira vazia, a platéia, que não pode ser vista, manifesta-se com risos.

- BONNER:

Ao candidato Lula ausente a senhora tem 40 segundos para fazer a sua pergunta.



Ela parece ansiosa e enquanto Willian Bonner fala, a câmera mostra a senadora balançando o corpo de cabeça baixa enquanto aguarda. Depois de criticar a ausência de Lula e enumerar os escândalos que envolviam o governo do petista, não sobra tempo para formular a questão ao ausente, o mediador informa que não há mais tempo e a cadeira vazia aparece mais uma vez.

Depois de se dirigir a Lula, a senadora é comunicada pelo mediador que deve fazer seu próximo questionamento a Alckmin. Bonner, então, chama o ex-governador de São Paulo, enquanto ele dirige-se ao púlpito, a câmera mostra seu corpo na altura da cintura, pois assim é possível se ver novamente a cadeira vazia. Quando Alckmin chega ao púlpito para a pergunta, Bonner indica a Heloísa que ela tem um minuto para fazer a pergunta. A senadora parece desconcentrada e fica alguns segundos em silêncio, depois olha para o mediador.

- HELOÍSA:

Posso ir?

- BONNER:

Pode claro.

Alckmin sorri enquanto aguarda. Neste momento, Heloísa não parece a mesma candidata tão veemente e segura em suas intervenções anteriores. Enquanto se desenrola a cena da permissão de Bonner à candidata a platéia se manifesta, ela inicia a questão e o mediador interrompe, informa que vai parar o relógio (da candidata) e voltar a contar o tempo para a pergunta. Ele se vira para onde está a platéia, a imagem do público presente não é mostrada.

- BONNER:

Por favor, eu preciso de silêncio eu não posso ter reação do público, é das regras do debate, obrigado.

Heloísa concorda com o mediador. Ela também precisa de silêncio, é uma referência de que as manifestações dos convidados a atrapalham. Enquanto Bonner repreende a platéia, ela fala baixinho.

- HELOÍSA:

Eu também.

- BONNER:

Candidata, a senhora pode fazer a pergunta o tempo começa a contar a partir de agora.

A senadora se recompõe e consegue dirigir-se com clareza e firmeza a Alckmin. Está novamente segura e olhando para a câmera, portanto para o telespectador.

- HELOÍSA:

Sobre segurança pública eu tenho dito várias vezes, governador, que o grande problema da segurança pública, ele não é restrito a São Paulo a minha Alagoas, ao Rio de Janeiro, é fato que existe um problema grave na área de segurança pública em todo o Brasil, mas existe algo que precisa ser dito e que os senhores do PSDB e do PT teriam a obrigação de humildemente reconhecer a irresponsabilidade, a inseqüência política e a insensibilidade de 12 anos de governo que nem estabeleceram as políticas sociais para minimizar o risco das nossas crianças e jovens serem arrastados para o narcotráfico e a marginalidade como último refúgio.

- BONNER:

Sua pergunta candidata.

- HELOISA:

Portanto qual a proposta do senhor para a segurança pública?

- ALCKMIN:

Eu não sei o que a senadora Heloisa Helena já fez pela segurança pública, agora eu fiz.

Enquanto Alckmin responde a candidata aparece escrevendo em seu caderno e depois olhando atentamente para o adversário. O ex-governador mantém-se firme em suas colocações. Esse é um dos poucos momentos em que os candidatos divergem e são mais incisivos, porém aproveitam resposta, réplica e tréplica para se referir e criticar o Governo Lula. O bloco é encerrado pelo mediador e com a imagem da cadeira vazia.

### 5.3.3 Terceiro Bloco: temas definidos por sorteio (energia, corrupção e infra-estrutura)

A vinheta de abertura e o plano geral mostrando os candidatos ao lado da cadeira vazia, apresentam o terceiro bloco que terá temas determinados por sorteio.

- BONNER:

O debate entre os candidatos à Presidência está de volta agora com perguntas sobre temas determinados, nós vamos sortear o tema lembrando antes que os candidatos Cristovam Buarque e Geraldo Alckmin começaram os blocos anteriores, portanto, vamos começar assim, quem vai só para comprovar aqui eu tenho a última fichinha quem tem que abrir esse bloco é a candidata Heloísa Helena, por favor candidata, eu vou sortear o tema da sua primeira pergunta, depois a senhora vai dizer a quem vai fazer essa pergunta o tema da pergunta vai ser obrigatoriamente sobre energia a senhora escolhe qual dos dois candidatos responderá.

- HELOÍSA:

O Alckmin, o candidato Alckmin.

- BONNER:

A senhora tem o tempo, um minuto para formular a pergunta.

A câmera mostra o mediador enquanto o processo de sorteio é realizado. Em um plano geral do cenário, Bonner aparece de costas e também a cadeira vazia, depois a câmera acompanha Heloísa Helena dirigindo-se ao púlpito, ela leva alguns papéis além do caderno. O deslocamento de Alckmin também é focalizado e assim o nome de Lula aparece novamente. Quando a candidata deve dizer a quem vai fazer a pergunta ela faz o gesto, como antes, sem se virar e aponta para Alckmin, por cima do ombro, que está sentado atrás dela. Parece insegura, não está confortável com o tema, pois gagueja quando fala o nome de Alckmin e começa a pergunta sem olhar nem para o candidato nem para a câmera, olha para baixo e parece ler, inclusive quando finaliza a questão.

- HELOÍSA:

Bom, é fato que os investimentos em outros componentes de matriz energética são essenciais inclusive para possibilitar o crescimento econômico, é fato também que o Governo Fernando Henrique produziu um apagão na história do Brasil, ah, hoje, é o Governo Lula não estabeleceu os mecanismos importantes para investimentos em infra-estrutura para ampliação do setor elétrico [...] não viabilizou os mecanismos necessários [...] então eu pergunto sobre qual a proposta do senhor acaso seja eleito?

- ALCKMIN:

Olha, primeiro é bom explicar que a questão do Fernando Henrique e do governo anterior e a senadora sempre vem com essa história, nós estamos discutindo o futuro nós estamos discutindo quem pode fazer mais pelo Brasil nos próximos quatro anos.

- BONNER:

Tempo esgotado candidato, por favor candidato, a palavra agora é da candidata Heloísa Helena para réplica um minuto e meio.

- HELOÍSA:

O Alckmin sempre vem com essa história de atribuir todos os problemas apenas a esse governo e ele sabe que existem 12 anos, que foram 12 anos, oito do Governo Fernando Henrique e quatro do Governo Lula da mesma desestruturação em relação à infra-estrutura no país é por isso que acabou gerando uma desordem legal e institucional, inclusive a partir do processo de privatização que foi vendida à opinião pública como se fosse a panacéia a resolver todos os males do Brasil não fez as tarifas subiram 182% para residencial, 130% para industrial, 110% para zona rural e foi o Governo do Fernando Henrique e do Lula que viabilizaram essa desordem legal e institucional.

Em sua réplica, a senadora já recuperou a postura incisiva e articulada. Alckmin apesar de contrapor as críticas da candidata manteve-se na estratégia de criticar o Governo Lula. Essa parte do programa contou com o segundo momento em que Alckmin e Heloísa Helena foram mais ásperos um com o outro, mas mesmo quando estavam discutindo sobre o tema energia, os dois não deixaram de fazer menção ao ausente, pois se referiram a questões de seu

governo. Heloísa fez críticas ao Governo de Fernando Henrique, do mesmo partido de Alckmin, mas deixou claro que para ela as duas gestões (Fernando Henrique e Lula) igualaram-se nos problemas.

- BONNER:

Candidata Heloísa Helena, por favor, a senhora pode retornar ao seu lugar, eu pediria ao candidato Alckmin primeiro que visse aqui, qual é o tema da pergunta que o senhor vai dirigir, o tema é corrupção, a qual candidato o senhor vai dirigir a pergunta sobre corrupção candidato Alckmin?

- ALCKMIN:

Ao candidato Lula.

Enquanto Alckmin responde a cadeira vazia aparece.

- BONNER:

O candidato Lula não compareceu ao debate então o senhor deve formular a pergunta em 40 segundos, por favor.

- ALCKMIN:

A pergunta é por que o candidato Lula não veio ao debate, será que ele não veio ao debate porque não consegue explicar os graves problemas da saúde brasileira, eu viajei o país inteiro de Oiapoque ao Chuí e vi o caos verdadeiro o mal atendimento, qualidade ruim do SUS, aliás ninguém sabe nem o nome do ministro da saúde, acabaram os mutirões que o ministro Serra havia feito, será que ele não veio por causa da educação (**nesse momento a cadeira vazia é mostrada novamente**) o Fundeb não saiu do papel, não conseguiu aprovar o fundo da educação básica teve maioria para absolver o mensaleiro mas não teve maioria para aprovar o Fundeb.

- BONNER:

Tempo esgotado candidato, tempo esgotado candidato Alckmin, por favor candidato Cristovam Buarque, o senhor se aproxime por que entre os candidatos presentes a pergunta será obrigatoriamente dirigida ao senhor lembrando que o tema continua sendo o tema corrupção.

Os dois novamente não debatem. Conversam tranqüilamente. A palavra passa de um para outro sem nenhum atrito ou discordância.

- ALCKMIN:

Eu fico feliz com o depoimento do senador Cristovam, é possível sim, eu acho que nós temos um pensamento comum, quero dizer ao telespectador quem tá em casa ouvindo é possível unir política e ética, política e honra, política e mudança como transformação da sociedade, a boa política de servir ao povo de recuperar valores, princípios pro país poder ir pra frente [...] eu tenho um conjunto de propostas.

Nesse momento Cristovam parece dar-se conta de que a similaridade de idéias entre os dois está muito evidente.

- CRISTOVAM:

Interessante que nós estamos de acordo e não estamos também, até por isso que estamos em lados diferentes, senão éramos um só candidato, é claro que eu defendo governador a sua proposta da licitação eletrônica e coloquei também nas minhas, mas veja bem e quero complementar e não contradizer[...].

O clima é tão descontraído que os dois sorriem. Os candidatos trocam de posição, sai Alckmin e chega Heloísa, mas a cordialidade continua a mesma. O mediador sorteia um novo tema, investimentos em infra-estrutura. Os candidatos estão muito à vontade.

- CRISTOVAM:

Sinceramente, a grande pergunta que eu queria fazer é qual é o remédio para essa gripe que eu estou.

- HELOÍSA:

Eu digo, eu digo.

As intervenções seguem no mesmo ritmo. Bonner anuncia o final do bloco. Nesse momento a cadeira vazia faz-se presente novamente.

#### 5.3.4 Quarto Bloco: temas livres (educação, saúde e Bolsa Família)

Após a vinheta, começa o penúltimo bloco com a cadeira vazia em destaque. O mediador sorteia o candidato que iniciará as intervenções. Alckmin é o sorteado, enquanto ele dirige-se ao púlpito a cadeira vazia é focalizada, ele escolhe Heloísa para seu questionamento. Alckmin formula uma pergunta sobre educação. Ela está tranqüila, sorri antes de responder, vê-se que não haverá nenhum atrito ou divergência entre os dois. Na réplica e na tréplica o mesmo comportamento, os dois voltam a se referir ao Governo Lula dirigindo críticas. Heloísa Helena também critica o Governo Fernando Henrique. Aproveitam para falar de suas propostas sobre o setor.

Alckmin retorna ao seu lugar e a senadora deve perguntar a Cristovam que se dirige ao púlpito. Ela se mostra entusiasmada, e até se atrapalha no início da pergunta. Escolhe o tema saúde. O senador volta a afirmar que os dois têm pontos em comum, e que fica feliz com isso. Mais uma vez as intervenções são serenas e cordiais.

Um bloco totalmente equilibrado, os três candidatos mostram-se dispostos a não se acusarem ou discordarem. O mediador interrompe Heloísa que está emocionada com o tema e ultrapassa seu tempo. Ela volta “ao seu posto”, conforme diz Bonner, e Geraldo Alckmin retorna ao púlpito.

- BONNER:

Eu convido o candidato Geraldo Alckmin que é o único candidato aqui presente a quem o senhor pode dirigir agora a sua pergunta com tema livre em um minuto, candidato Cristovam.

- CRISTOVAM:

O presidente Lula, em 2002, venceu, [...] hoje o que a gente vê é uma propaganda dele tentando matar a esperança com o medo das famílias que têm Bolsa Família perder esse benefício, o presidente Lula hoje está tentando que o medo vença a esperança quando antes ele tentou que a esperança vencesse o medo, qual é a sua proposta para que fazer com esse programa imenso chamado Bolsa Família?

- ALCKMIN:

Olha, senador Cristovam, o Bolsa Família começou com essa rede de proteção social que era o bolsa escola, aliás quero aqui registrar que começou em Campinas com o saudoso prefeito nosso José Roberto Magalhães Teixeira com o então governador do Distrito Federal, governador Cristovam Buarque e o presidente Fernando Henrique quando nasceu o fundo da pobreza.

O senador e o ex-governador de São Paulo afirmam que irão, se eleitos, continuar com o programa Bolsa Família, mas vão realizar algumas mudanças. Reforçam suas propostas e atacam a atuação do Governo Lula na gestão do Programa. O mediador encerra o bloco e ela, a cadeira vazia, é a última imagem antes do intervalo comercial.

### 5.3.5 Quinto e Último Bloco: considerações finais

Inicia o último bloco. O plano geral do cenário mostra Heloísa Helena sentada de cabeça baixa. Cristovam, de acordo com o sorteio, é o primeiro a se pronunciar. O senador segura os microfones no púlpito e se diz carregado de emoção. Ele atrapalha-se um pouco na pronúncia das palavras.

- CRISTOVAM:

To com a (sic) sentimento de que cumpri minha missão [...] o Brasil precisa de uma revolução que ela é possível dessa vez pela educação, tenho a emoção de ter defendido uma proposta que está de acordo com todos os meus sonhos de sempre e de ter feito isso continuando pessoas como Darci Ribeiro e Leonel Brizola, fico feliz de poder deixar essa marca na história do meu Brasil qualquer que seja o resultado do dia 1º de outubro, mas eu quero pedir a você, aqueles que votaram no Lula e perceberam que ele não foi o caminho prometido, aqueles que ainda estão em dúvida, eu quero pedir a vocês que façam com que o Brasil tenha um segundo turno, nós precisamos a democracia, o processo democrático, o debate precisa de um segundo turno, vote em um daqueles que vai permitir que haja um segundo turno eu gostaria muito que fosse na minha proposta, na minha causa, na causa que eu carreguei esse tempo todo se não for que seja outro, mas que haja um segundo turno para que esse debate não se acabe.



- BONNER:

Obrigado candidato, agora eu vou sortear quem será o segundo candidato, embaralhar dois aqui, o segundo a fazer as suas considerações finais é a candidata Heloísa Helena, por favor candidata, dois minutos para a senhora.

A candidata dirige-se ao púlpito e leva seu caderno. Está visivelmente emocionada, coloca as mãos no rosto e começa agradecendo ao povo brasileiro.

- HELOÍSA:

Foi uma campanha de David contra Goliás todos os dias, mas onde eu andei, andei em todo o Brasil, sem aerolula, sem jatinho, sem dinheiro público roubado, sem dinheiro de banqueiro, de mensaleiro, de trambiqueiro, foi uma campanha muito difícil e só quem tem em Deus refúgio e fortaleza foi capaz de agüentar [...] estou muito tranqüila com a minha consciência, volto a repetir, digo aos meus filhos todos os dias que é proibido roubar, pena que o presidente Lula não esteja aqui pra dizer o contrário que ele faz na sua vida, na sua casa, no seu partido e no seu governo. Quero agradecer de coração as crianças que foram presença marcante, a juventude, às mulheres muito muito (sic) poderosas, aos homens que sempre diziam em solidariedade os homens não deram certo agora é a vez de uma mulher.

- BONNER:

Obrigada candidata, muito obrigada candidata, por favor sem aplausos, sem manifestação do público, o candidato Geraldo Alckmin agora para as considerações finais, em dois minutos, por favor candidato.

- ALCKMIN:

Nossa palavra inicial é de agradecimento, agradecer a você que tá em casa até essa hora da noite pela audiência, agradecer ao Brasil todo, nesse período percorremos os 27 estados sendo recebidos com carinho [...] e dizer a você eleitor eleitora que o Lula com a sua ausência aqui nesse debate, ele mandou um recado aos brasileiros e as brasileiras, eu não to interessado na sua opinião, eu não preciso prestar contas pra ninguém, domingo mande um recado pra ele mude de presidente. Quero pedir seu voto pra nós mudarmos o Brasil, não é possível nós acharmos que essas malas de dinheiro de desvio de corrupção são coisas normais, não é normal, nós não podemos perder a nossa capacidade de nos indignarmos [...] e, finalmente, os princípios, os

valores, eu aprendi com Mário Covas, já doente, na sua última viagem antes de morrer quando ele inaugurando um aeroporto dizia: fazer obra é obrigação, se tiver dinheiro qualquer um faz governo precisa ter valores e princípios respeito às pessoas, até domingo, muito obrigado!

Depois de agradecer a Alckmin, o mediador o orienta para voltar “ao seu posto” para então encerrar o programa. A imagem mostra Alckmin dirigindo-se ao seu lugar e depois vai para Bonner que agradece aos candidatos e ao público finalizando a transmissão. Nas considerações finais, os três presidenciáveis, referem-se a Lula e reforçam a estratégia de concentrar esforços para desqualificar o adversário e provocar o segundo turno. Alckmin e Heloísa de forma mais incisiva. Alckmin: “o Lula com a sua ausência aqui nesse debate ele mandou um recado aos brasileiros e às brasileiras, eu não estou interessado na sua opinião, eu não preciso prestar contas pra ninguém, domingo mande um recado pra ele mude de presidente”; Heloísa: “volto a repetir, digo aos meus filhos todos os dias que é proibido roubar, pena que o presidente Lula não esteja aqui pra dizer o contrário que ele faz na sua vida, na sua casa, no seu partido e no seu governo” e Cristovam: “mas eu quero pedir a você, àqueles que votaram no Lula e perceberam que ele não foi o caminho prometido, àqueles que ainda estão em dúvida, eu quero pedir a vocês que façam com que o Brasil tenha um segundo turno, nós precisamos a democracia, o processo democrático, o debate precisa de um segundo turno, vote em um daqueles que vai permitir que haja um segundo turno[...]”.

#### **5.4 Análise do Debate**

A ausência de Lula no debate promovido pela TV Globo foi o maior destaque. Tudo gerou em torno do candidato ausente. Os adversários aproveitaram o espaço para investir contra Lula já que, de acordo com as normas do encontro, podiam fazer perguntas para a cadeira vazia. O clima entre os três candidatos foi praticamente de parceria e simpatia, com raras exceções de intervenções ásperas, durante todo o encontro, o lugar destinado a Lula foi várias vezes mostrado pelas câmeras. Em média, a cadeira vazia aparecia focalizada por sete segundos, o que para a televisão é um tempo significativo.

Pela primeira vez, as regras de um debate presidencial no Brasil permitiram que perguntas fossem feitas a um candidato ausente. Nos debates organizados pela Rede Globo nos estados brasileiros, no primeiro turno, as regras também permitiram perguntas aos candidatos ausentes. Os debates diferem-se quanto ao formato de uma emissora para outra.

No caso do formato do debate da cadeira vazia e dos demais organizados pela emissora entre presidencializáveis o mediador, por exemplo, é um personagem de destaque, ostenta uma posição de autoridade, um poder constituído, seu papel no encontro não é de um mero regulador de tempo. Conforme Lima (2006, p. 1) “os candidatos, que se apresentam aos eleitores como aspirantes aos cargos públicos, estão nesses debates como se estivessem diante de uma banca de examinadores e a autoridade do julgamento é exercida pela estrutura televisiva personificada no (a) âncora que preside o debate”. Para o autor, a evidente fragilidade dos candidatos, perante a autoridade dos coordenadores(as), indica ao telespectador de que eles(as) é quem teriam melhores condições de conduzir a coisa pública, “com toda a desenvoltura e sabedoria que a TV lhes confere”. De acordo com Weber (2006, p. 15), “a cadeira vazia falou alto e foi transformada em interlocutor. Obedientes, os candidatos perguntavam à cadeira vazia, olhavam para a câmera e para o silêncio em busca do olhar de aprovação do comunicador William Bonner”. O mediador chamava o candidato, controlava seu tempo de intervenção e o dispensava com, “candidato ,pode voltar ao seu posto”.

Quando a pergunta era proferida ao ausente o mediador dizia: “o candidato Lula não compareceu ao debate, então o senhor deve formular a pergunta em 40 segundos”. Enquanto Bonner falava sobre a ausência a cadeira era focalizada (Figura 7). A cada início e encerramento de bloco e no plano geral do cenário, a cadeira, sem Lula, também aparecia.



Figura 7– Cadeira de Lula - debate da Cadeira Vazia na TV Globo – Primeiro turno  
Fonte: Wilton Júnior (2006)

Apesar de ter sido chamado de debate, o evento promovido pela TV Globo não apresentou as características de um. Já no primeiro bloco, foi possível notar que o evento, apesar de ter um formato de debate, não seria um confronto de idéias e sim um encontro com muitas cordialidades, troca de gentilezas e sorrisos entre os participantes presentes, as intervenções mais duras e agressivas foram destinadas ao ausente.

As repetidas manifestações de concordância de idéias entre os candidatos retira do evento a possibilidade de ser um debate, onde se reconhece a necessidade de confronto. Conforme Thiollent (1986), no que é definido como debate, especialmente na visão erística “que é definida como arte da controvérsia desde a Antiguidade, lida com os ‘jogos’ implicando luta entre adversários ou eventualmente ‘cooperação negativa’, as posições dos adversários são incompatíveis e suas convicções conservam-se inalteradas no decorrer da disputa. As expressões “senador Cristovam eu quero concordar plenamente” (Alckmin – segundo bloco), “eu estou de acordo” (Cristovam – segundo bloco), “eu acho que nós temos um pensamento comum” (Alckmin – terceiro bloco) são exemplos da convergência de posições durante o encontro. O candidato que realmente sofreu críticas e recebeu questionamentos incisivos foi Lula.

Os ex-petistas<sup>34</sup> senadores, Heloísa Helena e Cristovam Buarque foram os que mais atacaram Lula. Poderia ter sido um debate sem expressão, como o promovido pela TV Bandeirantes em agosto, mas a possibilidade de perguntas ao ausente e às sucessivas imagens da cadeira vazia reservada a Lula, durante todo o programa, fizeram toda a diferença. Fausto

Neto (2006, p. 9), salienta que não se tratou de uma “cadeira decorativa”. Em função da cadeira vazia foram desenvolvidas diversas operações de sentido que trataram de desconstruir/reconstruir o corpo do candidato nesse espaço. A cadeira vazia apareceu mais de 20 vezes durante o programa.

De acordo com Fausto Neto (2006, p. 12), a ausência de Lula produziu uma mensagem e ele enganou-se ao “pensar que, com a sua ausência, poderia controlar unilateralmente os efeitos de sua manobra enunciativa. A não-mensagem não existe, pois sua ausência é, de fato, uma mensagem”. Com a impossibilidade de responder às perguntas proferidas por seus adversários, Lula deixou uma lacuna repleta de significados que foram explorados durante todo o evento e também na repercussão do encontro.

Apesar de terem conhecimento das regras do debate que permitiam perguntas ao candidato que não comparecesse, pode-se supor que os assessores de Lula e o próprio candidato não imaginavam o modo como isso se daria no transcorrer do encontro. Possivelmente, não previam que Lula, mesmo sem ir ao estúdio, estaria presente. Conforme Fausto Neto (2006, p. 10), “o candidato Lula estava ali, registram as câmeras, a disposição do estúdio, as marcas de enunciação feitas através dos fluxos de interações verbais entre os apresentadores e os debatedores”. Nessa perspectiva, entende-se que os processos televisivos desenvolvidos objetivaram produzir um sentido, o de construir o “corpo do candidato”, para assim justificar a existência de um debate que para a emissora deveria ocorrer de qualquer forma.

A posição repassada pelo mediador Willian Bonner, em sua intervenção, ao vivo, do estúdio onde se daria o encontro, no Jornal Nacional, de que a "a Rede Globo lamenta profundamente a decisão do candidato Lula. Lamenta também profundamente que ela tenha sido anunciada apenas às 7 horas da noite", representa a inconformidade da emissora com a ausência. Diante das especulações de que Lula talvez não compareceria ao debate, por estar à frente dos adversários e com possibilidade de vitória no primeiro turno, pode ter levado os organizadores a planejarem um debate em que a ausência efetiva não seria possível. Era preciso garantir um diferencial ao evento já que o “astro” principal poderia não aparecer.

---

<sup>34</sup>Cristovam Buarque deixou o PT pouco tempo depois de ser demitido do Ministério da Educação em 2004. Dia 08 de setembro de 2005 formalizou sua desfiliação do partido. Heloisa Helena foi e

A indecisão de Lula em comparecer, pode ter sido uma estratégia do candidato-presidente como especula Carlos Manhanelli, presidente da Associação Brasileira dos Consultores Políticos, em uma entrevista ao G1 (AMARAL, 2006), portal de notícias da Rede Globo. Para ele, a indefinição fez com que os outros candidatos tivessem que trabalhar com dois cenários em sua preparação. "Isso gera mais tensão nos adversários". Segundo Manhanelli, o debate não seria favorável ao presidente em qualquer hipótese, mas sua participação seria mais prejudicial.

Difícil medir o peso da ausência diante do cenário formado pela seqüência de imagens e intervenções dos candidatos presentes que concentraram forças para desqualificar Lula, sem que ele pudesse contra-argumentar. A postura dos três presidenciais, na maior parte do evento, segura, clara e tranqüila conferiu credibilidade às intervenções.

Torna-se complicado, ainda, compreender a influência sobre a formação da opinião pública das calculadas imagens da cadeira vazia. Interessante e preocupante é perceber a recusa da mídia em aceitar que a política realize-se fora de seus domínios. Não é permitido ao candidato renunciar ao espaço que a televisão, no caso a TV Globo, oferta-lhe sob pena de ser punido, como de fato Lula foi ao não comparecer ao pseudo-debate.

## 5.5 Repercussão do Debate

Apresenta-se a repercussão do debate nos principais espaços midiáticos, conforme mencionado na metodologia, a seleção obedeceu aos critérios de abrangência nacional e importância na formação da opinião pública.

### 5.5.1 Nos Telejornais da TV Globo

Os quatro telejornais da Rede Globo, Bom Dia Brasil<sup>35</sup>, Jornal Hoje<sup>36</sup>, Jornal Nacional<sup>37</sup> e Jornal da Globo<sup>38</sup>, veicularam matérias sobre o debate da cadeira vazia.

---

<sup>35</sup>O Bom dia Brasil vai ao ar às 7h15min. de segunda a sexta-feira na Rede Globo.

<sup>36</sup>O Jornal Hoje vai ao ar às 13h15min. de segunda a sábado na Rede Globo.

<sup>37</sup>O Jornal Nacional é transmitido de segunda a sábado às 20h15min. pela Rede Globo.

### **a) Bom Dia Brasil**

A edição do Bom Dia Brasil do dia 28 de setembro de 2006 (BOM DIA BRASIL, 2007) trouxe a seguinte chamada de matéria sobre o debate:

- Palco da democracia.

A matéria explicava a preparação do encontro e sua relevância, “o evento é tão importante que merece um estúdio especial, com oito câmeras e uma produção que envolve mais de 50 profissionais”. Apresentava o cenário “do debate que vai mobilizar a nação em torno das idéias dos candidatos que disputam o primeiro turno das eleições presidenciais, a equipe acerta os últimos detalhes”. Com a explicitação das regras informava que “se um candidato não comparecer ao debate, a cadeira destinada a ele ficará vaga. Os demais candidatos terão direito de dizer as perguntas que fariam a ele”.

A edição de 29 de setembro de 2006 (BOM DIA BRASIL, 2007b), dia posterior ao debate, do Bom Dia Brasil traz a seguinte chamada de matéria:

- Lula não comparece ao debate.

O texto fala da ausência de Lula e da carta que enviou à emissora “uma hora antes”. Salientava que apesar de Lula não ter ido “eleitores de todo Brasil acompanharam, na noite de ontem, o debate na TV Globo”. Participaram os principais candidatos à presidência da República. Destacava que Geraldo Alckmin, Cristovam Buarque e Heloísa Helena “leram para uma cadeira vazia as perguntas que tinham preparado para o candidato do PT”.

De acordo com a matéria, “antes do programa, houve momentos de descontração. A pedido dos fotógrafos, eles posaram juntos ao lado do lugar reservado para Lula”. Dizia também, “o debate terminou mais cedo. Foi mais curto por causa do candidato Lula, que deixou a cadeira vazia no palco”.

---

<sup>38</sup>O Jornal da Globo não tem um horário específico para ser transmitido, geralmente vai ao ar depois das 23h na

Na mesma edição de 29 de setembro (BOM DIA BRASIL, 2007c) outra matéria sobre a ausência de Lula com a chamada:

- Em compromisso de campanha.

A matéria informava que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva havia preferido “cumprir compromisso de campanha” ao invés de comparecer ao debate. Conforme o texto, Lula trocou o debate pelo comício em São Bernardo do Campo, na Grande São Paulo. Destacava que “no discurso, Lula disse que é vítima de preconceito e que a elite o persegue. No mesmo discurso, ele voltou a afirmar que será eleito no primeiro turno”.

Salientava que “até as 18h, nenhuma informação: ainda havia expectativa de que o presidente Lula participasse do debate. Uma lista de pessoas que o acompanhariam ao estúdio da TV Globo, no Rio de Janeiro, chegou a ser divulgada pela assessoria. Às 19h, chegou a carta na qual o candidato do PT à reeleição avisava que não iria ao debate”. Segundo a reportagem, Lula não fez nenhuma referência ao debate durante o comício. “Mas Lula disse que não havia nada mais importante do que fazer o último comício no lugar onde ele nasceu politicamente”.

## **b) Jornal Hoje**

No Jornal Hoje (2007a), de 28 de setembro de 2006, a chamada de matéria dizia:

- A três dias do primeiro turno, a Rede Globo promove na noite desta quinta-feira o último debate entre os candidatos à Presidência da República.

O texto da matéria informava que haviam sido convidados os quatro candidatos mais bem posicionados nas últimas pesquisas e que já tinham garantido presença Geraldo Alckmin, do PSDB, Heloísa Helena, do PSOL, e Cristovam Buarque, do PDT. Esclarecia que o presidente Lula, candidato à reeleição pelo PT, ainda não confirmara se iria ao debate. A



reportagem exemplificou as regras do debate que permitia, caso algum dos candidatos não comparecesse, aos demais dirigirem a pergunta que fariam ao candidato ausente.

Jornal Hoje (2007b) edição de 29 de setembro de 2006, chamada de matéria:

- No domingo, quase 126 milhões de eleitores vão às urnas em todo o Brasil, no primeiro turno das eleições. Nesta quinta-feira, três dos principais candidatos à Presidência participaram do último debate, na Rede Globo. Geraldo Alckmin, do PSDB, Heloisa Helena, do PSOL, e Cristovam Buarque, do PDT, discutiram propostas durante 1h40. O presidente Lula, candidato à reeleição, não compareceu.

Os candidatos são mostrados ao lado da cadeira vazia (Figura 8). O texto dizia que os candidatos, antes do debate, pareciam muito à vontade, pois ainda nos camarins fizeram questão de se cumprimentar, “entre os candidatos, a conversa parecia boa”. A cadeira continuava o centro das atenções e personagem de destaque na reportagem “a reservada para o candidato Luiz Inácio Lula da Silva ficou vazia durante todo o debate”. A reportagem salientava também que “os candidatos não perderam nem uma chance de fazer perguntas que ficaram sem respostas: eram para o candidato Lula, que depois de um dia inteiro de expectativa, só avisou que não compareceria às 19h”. A matéria trouxe também a opinião dos candidatos participantes do debate sobre o encontro. Os três aproveitaram para criticar a ausência de Lula.



Figura 8 – Candidatos - debate da Cadeira Vazia na TV Globo – Primeiro turno  
Fonte: Jornal Hoje (2007b)

### c) Jornal Nacional

As edições do Jornal Nacional (JN), que tem em média 40% de audiência (SOUZA, 2007), dos dias 28 e 29 de setembro de 2006 repercutiram a falta de Lula e a inconformidade da Globo com o fato.

O candidato-presidente manteve o suspense sobre a presença no debate até poucas horas antes do evento. Somente por volta das 19 horas, conforme matéria do JN do dia 28<sup>39</sup>, Lula comunicou à emissora que não compareceria ao encontro. Na chamada da matéria:

- Lula não comparecerá ao debate.

Willian Bonner entra, ao vivo, do estúdio onde será realizado o encontro para informar que “três dos principais candidatos à Presidência vão expor seus planos, suas idéias, num confronto de opiniões que certamente ajudará os eleitores a avaliar cada um. Três - porque o candidato do PT, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, informou, no início da noite, que não viria”. E continua, “depois de um dia inteiro de expectativa, ele mandou uma carta (SILVA, 2007) de 17 linhas para a Rede Globo em que agradece o convite, diz que foi um dos candidatos que mais participaram de debates, e acusa os adversários de fazer ataques e agressões pessoais num grau que classificou de virulento e desesperado”.

Comunicado do presidente Lula à TV Globo: "Venho agradecer, respeitosamente, o convite desta emissora para participar do debate sobre as eleições presidenciais, marcado para hoje. Sou um dos políticos que mais participou de debates eleitorais neste país. No entanto, é fato público e notório o grau de virulência e desespero de alguns adversários, que estão deixando em segundo plano o debate de propostas e idéias, para se dedicar, quase exclusivamente, aos ataques gratuitos e agressões pessoais. Tenho demonstrado, em toda a minha vida, compromisso com os princípios democráticos e disposição para enfrentar qualquer tipo de debate. Somente na TV Globo, participei de três entrevistas ao vivo no "Jornal Nacional", no "Jornal da Globo" e no "Bom Dia Brasil" com perguntas livres e contundentes. O tom polêmico destas entrevistas, e a maneira como me comportei, demonstram que

---

<sup>39</sup>JORNAL NACIONAL. Lula não ira ao Debate. Disponível em:  
<<http://jornalnacional.globo.com/Jornalismo/JN/0,,AA1290472-3586,00.html>>. Acesso em 20 de out. de 2007.

não tenho receio de enfrentar o debate franco e democrático. Não posso, porém, render-me à ação premeditada e articulada de alguns adversários que pretendiam transformar o debate desta noite em uma arena de grosserias e agressões, em um jogo de cartas marcadas. Aproveito para reafirmar o meu respeito à TV Globo e parabenizá-la pelo trabalho isento que vem fazendo na cobertura destas eleições. Atenciosamente, Luiz Inácio Lula da Silva”.

O editor-chefe do JN continua, “a Rede Globo lamenta profundamente a decisão do candidato Lula e lamenta também profundamente que ela tenha sido anunciada apenas às 19h, a uma hora atrás. E realizará o debate com Cristovam Buarque, Heloísa Helena e Geraldo Alckmin”.

Na mesma edição do JN, Willian Bonner retorna, ao vivo, do cenário do debate para destacar os preparativos que envolvem a realização do programa. “Em televisão, uma grande produção, pra ficar bem feita, precisa ser planejada nos mínimos detalhes e com muita antecedência. Com esse debate também foi assim”. Tudo estava preparado, conforme a reportagem, só faltava o “astro” principal, que não iria para total indignação dos promotores. “No debate, lugar para quatro candidatos”. A importância do encontro, para o eleitor, é enfatizada, “durante todo o dia, 80 pessoas trabalharam nos retoques finais no cenário onde acontecerá o debate de hoje à noite. Entre todos que estão lá, fica a sensação de estar ajudando, cada um da sua forma, o eleitor a fazer sua escolha na eleição de domingo”.

No dia 29 (JORNAL NACIONAL, 2007a), seguinte ao debate, a edição do JN reserva espaço na abertura para a ausência de Lula. Conforme a chamada da matéria:

- Debate presidencial.

O texto informava que “três dos principais candidatos à Presidência apresentaram suas idéias e propostas para milhões de brasileiros, quinta-feira à noite, no debate da Rede Globo. O presidente Lula - candidato à reeleição pelo PT - não compareceu”. E segue mostrando imagens dos bastidores do evento, “Flashes, sorrisos. E uma cadeira vazia: três candidatos prontos para o exercício da democracia - o debate. O quarto, o presidente Lula, só avisou que não iria às 19h”. A emissora gravou em locais públicos onde eleitores assistiram ao debate, “Por todo o Brasil, eleitores atentos”. Apresentou também as críticas dos candidatos presentes à ausência de Lula, “Essa é uma postura desrespeitosa, autoritária, e acho que vai levar um recado domingo do povo brasileiro sobre essa sua ausência”, Alckmin, “como é que os jovens

militantes do PT acostumados aos debates do Lula, ao enfrentamento, vão explicar amanhã aos seus amigos, conhecidos, vizinhos, colegas, que Lula não veio ao debate?”, Cristovam Buarque, “Infelizmente ele não desceu do trono de arrogância e covardia política, desrespeitou o povo brasileiro”, Heloísa Helena.

Na mesma edição (JORNAL NACIONAL, 2007b), outra matéria foi apresentada, com a chamada:

- O dia dos candidatos.

A reportagem destacava no início, “apesar de as regras do debate não permitirem ofensas à dignidade, o presidente Lula afirmou, na carta enviada ontem à noite para a Rede Globo, que não compareceria porque alguns adversários pretendiam transformar o encontro numa arena de agressões”. Lula:

Hoje eu estou convencido que a minha decisão foi certa. Foi bom que o povo assistiu e viu o nível do debate que os adversários queriam fazer. Eles poderiam ter aproveitado a oportunidade e falar o que eles pretendem fazer para o Brasil. Eu, graças a Deus, vou terminar minha campanha sem citar o nome de nenhum adversário, nem pro bem, nem pro mal. E eu lamento profundamente que eles tenham tido o comportamento que tiveram. De qualquer maneira eles tiveram oportunidade. Ninguém pode se queixar nessa campanha, ninguém pode se queixar da cobertura da imprensa.

#### **d) Jornal da Globo**

Na edição de 28 de setembro de 2006 do Jornal da Globo(2007) a matéria exibida sobre o debate contava sobre os bastidores do debate:

- Acompanhamos toda a movimentação de bastidores nos estúdios do Rio de Janeiro.

Informava que o estúdio havia sido preparado para receber os quatro candidatos à Presidência da República mais bem colocados nas pesquisas. Foram mostradas cenas da chegada dos candidatos à Central Globo de Produção, o Projac. Segundo a matéria, a assessoria do PT chegou a enviar a lista dos convidados e a segurança da Presidência da

Republica vistoriou a área. “Mas o suspense continuou. Foi só no início da noite que veio a confirmação oficial: uma das cadeiras iria ficar vazia, a do candidato à reeleição Luiz Inácio Lula da Silva”.

Em uma pequena análise sobre as matérias veiculadas nos telejornais da TV Globo constata-se a condenação de Lula por não comparecer ao debate. Levando-se em consideração a grande audiência dos telejornais pode-se supor a influência exercida sobre a opinião do eleitor. Abaixo destacamos as marcas indicativas de sentidos em negrito.

[...] o debate terminou mais cedo. Foi mais curto por causa do candidato Lula, que deixou a **cadeira vazia** no palco. (BOM DIA BRASIL, 2007b)

Mas o suspense continuou. Foi só no início da noite que veio a confirmação oficial: **uma das cadeiras iria ficar vazia**, a do candidato à reeleição Luiz Inácio Lula da Silva. (JORNAL DA GLOBO, 2007)

Três dos principais candidatos à Presidência apresentaram suas idéias e propostas para milhões de brasileiros, quinta-feira à noite, no debate da Rede Globo. O presidente Lula - candidato à reeleição pelo PT - **não compareceu**. (JORNAL NACIONAL, 2007a)

Flashes, sorrisos. E uma **cadeira vazia**: três candidatos prontos para o exercício da democracia - o debate. O quarto, o presidente Lula, só avisou que não iria às 19h. (JORNAL NACIONAL, 2007a)

No domingo, quase 126 milhões de eleitores vão às urnas em todo o Brasil, no primeiro turno das eleições. Nesta quinta-feira, três dos principais candidatos à Presidência participaram do último debate, na Rede Globo. Geraldo Alckmin, do PSDB, Heloisa Helena, do PSOL, e Cristovam Buarque, do PDT, discutiram propostas durante 1h40. O presidente Lula, candidato à reeleição, **não compareceu**. (JORNAL HOJE, 2007b)

[...] a reservada para o candidato Luiz Inácio Lula da Silva ficou **vazia** durante todo o debate. (JORNAL HOJE, 2007b)

Percebe-se ao analisar as matérias, especialmente as seqüências discursivas relacionadas acima, que o objetivo é condenar a ausência de Lula no debate, não pelo fato de ele se negar a debater com os adversários, mas sim por recusar um convite da Rede Globo. A emissora não se preocupou com uma cobertura do evento enfocando o que os candidatos participantes discutiram. As únicas intervenções dos candidatos apresentadas nos telejornais foram aquelas em que eles criticavam a falta de Lula. Para Fausto Neto (1995, p.10),

A televisão - e o telejornal – se convertem, através de originais regimes de discursividades, em dispositivos que não apenas narram mas agem sobre o espaço político, seja deslocando-o para si, em alguns momentos, seja em outras situações, funcionando como um ‘poder paralelo’, a partir do qual põe em funcionamento um conjunto de estratégias de onde apontam-se os caminhos e os destinos da política e, também, de seus atores.

### 5.5.2 Na Imprensa Nacional

O debate na TV Globo foi manchete nos principais jornais do país. Relacionamos, aqui, inicialmente as manchetes de capa do dia posterior ao debate, 29 de setembro de 2006. Importa informar que foram produzidos diversos textos informativos e opinativos sobre o debate. O evento ocupou espaço nos jornais nos dias que o antecederam, na data da realização e também nos dias posteriores.

- Ausente, Lula é alvo de ataques em debate - Folha de São Paulo;
- Lula não aparece e vira alvo de candidatos em debate – O Estado de São Paulo (2008)1ª edição;
- Depois de um suspense que durou o dia todo, o presidente Lula divulgou às 19h10min. nota dizendo que não iria comparecer ao debate da ‘Globo’, às 22h30min. - O Estado de São Paulo (edição das 21h);
- Lula falta a debate e vira alvo de candidatos na TV - O Globo;
- Debate: noite de malhação a Lula - Correio Braziliense.

### 5.5.2.1 As formações discursivas

A seguir são identificadas algumas das formações discursivas encontradas nas matérias analisadas. As seqüências discursivas são identificadas através da letra T e pertencem a textos publicados nos jornais Estadão, FSP e Globo nos dias 29 de 30 de setembro de 2006. Foram analisados 21 textos identificados com a convenção de T1 a T21. As marcas indicativas dos sentidos das principais formações discursivas encontradas estão em negrito. O que nos permitiu selecionar as formações discursivas que identificam, segundo a análise, a cobertura dos jornais foi o movimento de reiteração de determinados sentidos, característico da paráfrase, identificado através das seqüências discursivas.

#### a) Marcas de fuga

Nas palavras de ordem do PSOL, Lula e Alckmin eram chamados de corruptos e neoliberais. Lula ainda foi acusado de **“fujão”**, em uma referência ao fato de que ele não participou do debate realizado anteontem à noite na TV Globo. (FSP, T6)

- O candidato de PSDB, Geraldo Alckmin, afirmou em nota que Lula é **“fujão”** e “evita debate para não ter que explicar os escândalos” do mensalão, dos sanguessugas, dos vampiros e do dossiê contra tucanos. (FSP, T7)
- Leia a íntegra de nota divulgada ontem à noite pela campanha nacional do candidato tucano à Presidência, Geraldo Alckmin. O texto diz que o presidente Lula **foge** da discussão e se nega a explicar a corrupção em seu governo. (FSP, T9)
- “o candidato **fujão** Lula, do PT, comunicou oficialmente a TV Globo que não participará do debate entre candidatos a presidência, que a emissora exibe nesta quinta-feira [ontem]” (FSP, T9)
- **‘Lula fujão** evita se explicar’, diz Alckmin. (FSP, T10)
- O candidato do PSDB à Presidência, Geraldo Alckmin, afirmou ontem, em nota, que o adversário petista, Luiz Inácio Lula da Silva, é **“fujão”** e “evita debate para não ter que explicar os

escândalos” do mensalão, dos sanguessugas, dos vampiros e do dossiê contra tucanos (FSP, T10)

- É uma vergonha. Mas esta é a realidade. O presidente do Brasil **não pode aparecer** em programas que visam a esclarecer a opinião pública porque **não tem como responder** às perguntas", disse a nota, que ainda acusou Lula de não ter como explicar "a seqüência de escândalos que envolvem seu governo, como Waldomiro e os bingos, mensalão, vampiros, sanguessugas, ONGs da companheirada, cartilha de R\$11 milhões que ninguém viu, e agora a armação de um dossiê fajuto". (Globo, T21)
- Para o tucano, “o petista **foge** da discussão, ignora a opinião pública e se nega a explicar a corrupção em seu governo” (FSP, T10)
- “sabendo que sua atitude é vergonhosa, Lula só avisou a emissora [TV Globo] no início da noite. O petista já havia **fugido** dos debates nas TVs Band e Gazeta”, afirma a nota (FSP, T10)

## b) Marcas de responsabilidade

- Presidente diz que **acertou** ao não comparecer no debate da TV (FSP, T1)
- O presidente Luiz Inácio Lula da Silva disse **estar certo** de que tomou a melhor decisão ao faltar ao último debate de TV entre os principais candidatos ao Planalto. Segundo ele, o encontro provou que o “baixo nível” dos adversários foi a grande marca da atual campanha. (FSP, T1)
- Lula diz que **acertou** ao não ir ao debate. (FSP, T2)
- Lula acredita ter tomado a decisão **certa**. (Globo, T16)
- Lula **opta** por comício na cidade berço do PT com José Mentor e Professor Luizinho.(Globo, T17)
- Lula **evita** o debate. Após um dia inteiro de idas e vindas, petista anuncia **decisão** três horas antes do encontro. Após um dia inteiro de suspense e mistérios, apenas no início da noite, às 19h01m, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva informou à TV Globo sua **decisão** de não comparecer ao debate entre os candidatos à Presidência, que começou às 22h30m. (Globo, T17)
- Lula: 'Decisão de faltar ao debate foi **certa**'. (Globo, T18)
- O presidente Luiz Inácio Lula da Silva considerou ontem acertada sua decisão de não comparecer ao debate na TV Globo, anteontem à noite. - Hoje estou convencido de que minha decisão foi certa – afirmou. (Globo, T18)



- O presidente Luiz Inácio Lula da Silva disse ontem **estar certo** de que tomou a decisão correta em faltar ao debate promovido anteontem pela TV Globo. (FSP, T3)
- Lula **decide** não ir ao último debate. (FSP, T7)
- Lula **desiste** de ir a debate na última hora. (FSP, T8)
- Lula **desiste** de aparecer em debate. (Estadão, T11)
- Sob frio e garoa, o presidente Lula (PT) fez campanha ontem no ABC paulista. Ele disse ter **acertado** ao não ir ao debate na TV Globo por causa do “baixo nível” das discussões e não comentou o vazamento de fotos do dinheiro que serviria para compra do dossiê. (Estadão, T12)
- Presidente **preferiu** ir a comício em São Bernardo do Campo, onde dividiu palanque com 2 mensaleiros. (FSP, T15)
- Depois de um dia de suspense, a **decisão** de não ir ao confronto só foi anunciada poucas horas antes do início do programa. (Estadão, T19)
- Lula **optou** por ir a São Bernardo do Campo, onde comandou o comício de encerramento de sua campanha à reeleição. (Estadão, T19)
- A **decisão** do presidente Luiz Inácio Lula da Silva de não comparecer ao debate da TV Globo, ontem, foi solitária. (Estadão, T20)
- O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), candidato à reeleição, disse ontem que o “baixo nível dos adversários” marcou a campanha eleitoral deste ano e considerou **acertada** a sua decisão de não participar do debate na TV Globo (Estadão, T13)
- “estou convencido de que a minha decisão foi **certa**. Foi o que o povo viu. Assistiu ao nível do debate que os adversários queriam que fizesse”, disse. (Estadão, T13)
- “Estou convencido de que a minha decisão de não ir ao debate foi **certa**. Foi o que o povo viu. Assistiu ao nível do debate que os adversários queriam que fizesse”. (Estadão, T13)

### c) Marcas de importância da mídia na mídia

Apesar do discurso do presidente, a **contrariedade** da Globo com a ausência de Lula e a divulgação da foto com os reais e dólares apreendidos no caso do dossiê abalaram a convicção da cúpula do governo numa vitória no primeiro turno, segundo a Folha apurou. (FSP, T4)

- No debate, os candidatos e o **mediador Willian Bonner criticaram** a ausência de Lula. Foram mostradas imagens de uma cadeira vazia que tinha um letreiro com seu nome. (FSP, T5)
- Na avaliação da cúpula da campanha de Lula, o debate em si teria pouco impacto. Nas palavras de um auxiliar direto, “a surpresa negativa da ausência” teria se diluído ao longo de um programa “frio e sem graça”. A preocupação maior era com **a repercussão que a globo, contrariada**, daria ao debate. (FSP, T5)
- Depois de um suspense que durou o dia todo, o presidente Lula divulgou às 19h10 nota dizendo que não iria comparecer ao debate da Globo às 22h30. Ele culpou os adversários pela desistência. A Globo **criticou** a decisão (Estadão, T11)

Nessa breve análise identificamos três formações discursivas principais presentes nos três jornais: a) Lula é caracterizado como fujão; b) é o único responsável pela decisão e assim o culpado por não comparecer ao debate e c) a opinião da Globo é fato relevante e merece ser salientada.

As notícias são produtoras de sentidos e através da reiteração de determinadas palavras pode-se alcançar efeitos, calculados ou não, sobre o imaginário do leitor. Constata-se que os jornais, através das matérias analisadas, demonstram a intenção de condenar o candidato-presidente pela recusa em participar do evento promovido pela Rede Globo. Salientam que ao não comparecer Lula foge da obrigação de responder ao público sobre as denúncias de corrupção e, principalmente, a respeito do caso do Dossiê Vedoin, tema central do cenário da disputa eleitoral. Destacam a importância que a Globo têm no contexto político e o quanto pode ser prejudicial ao candidato “contrariar a emissora”. Não se pode admitir que um candidato não queira desfrutar do espaço privilegiado ofertado pela rede líder de audiência no país.

### 5.5.3 Repercussão na internet

O debate foi acompanhado e divulgado nos principais portais<sup>40</sup> do país. (2008a), Terra (2008) e G1(2008) produziram matérias e consultaram analistas sobre o encontro. Abaixo relacionamos apenas um exemplo de cada site das diversas manchetes encontradas sobre o debate.

- Unidos, candidatos atacam Lula – G1, às 00h35 de 29 de setembro.
  
- Candidatos se unem e atacam Lula em debate – Terra, às 23h05 de 28 de setembro.
  
- No segundo bloco, Cristovam diz que faltar a debate é corrupção” – Uol, às 23h45 de 28 de setembro.

O encontro também repercutiu nos principais blogs políticos<sup>41</sup>, as notas dos jornalistas Josias de Souza (2007), “Ausência de Lula deixou último debate repleto” e de Ricardo Noblat (2007a) “Debate – balanço final: Alckmin, Cristovam e Heloísa só tiveram a ganhar comparecendo ao debate entre os candidatos a presidente promovido pela Rede Globo”, obtiveram 280 e 177 comentários de internautas respectivamente. Um número significativo de comentários, já que conforme observado a média não costuma passar de 50 em outras notas.

---

<sup>40</sup>O site americano Alexa estabelece o ranking dos mais acessados na internet. No site, o usuário busca pelos endereços com domínios cadastrados na web e sabe suas exatas colocações em nível mundial e nacional. O sistema também disponibiliza relatórios com porcentagem de acessos vindos de outros países e o número de pageviews da página. No Brasil, os sites mencionados ocupam a seguinte posição: Uol (4º lugar), Terra (8º lugar) e Globo.com (9º lugar).Uol (2008b).

<sup>41</sup>De acordo com Barros Filho, Coutinho e Safatle (2007, p. 92), “os três principais blogs políticos brasileiros do ano de 2006 (Ricardo Noblat, Josias de Souza e Fernando Rodrigues) eram responsáveis, conjuntamente por uma audiência, em média, de 340 mil usuários únicos por mês (considerados apenas acessos residenciais), isso na época da eleição.

## 5.6 Principais Marcas da Repercussão

Conforme se observa, a repercussão do debate foi grande. Unindo-se jornais, internet e televisão, leia-se telejornais da Rede Globo, o alcance da ausência de Lula é de proporções enormes. Deve-se lembrar que o debate também repercutiu no rádio, porém esse levantamento não nos foi possível realizar. Importa ressaltar que as considerações levam em conta as manifestações verbais, ou seja, os textos dos telejornais.

Na análise das matérias veiculadas nos telejornais da TV Globo foi identificada a intenção de condenar Lula por não comparecer ao debate. Entende-se ser difícil afirmar ou concluir qual a influência de determinada abordagem jornalística, sem um estudo de recepção para fundamentar, porém deve-se levar em consideração o momento e o contexto em que é realizada. A ausência de Lula no debate da Rede Globo, no primeiro turno, é apontada como um dos fatos que levaram a disputa presidencial a um segundo turno em 2006 e isso faz muita diferença quando se identifica determinados efeitos de sentidos produzidos pelas matérias analisadas.

Sendo jornais e telejornais de relevância nacional com tiragens expressivas e grande audiência, alguns em horários nobres da televisão brasileira, estes contribuem, sem dúvida, para a formação da opinião pública e para a construção da realidade. Foi através da cobertura realizada pela imprensa que muitos leitores tomaram conhecimento da ausência de Lula no debate, já que nem todos assistiram ao encontro na TV.

Somando-se a edição de imagens, intervenções dos candidatos presentes no debate e a cobertura realizada pela mídia, observa-se que houve uma convergência. Planejado ou não, o fato é que os efeitos de sentidos produzidos pelo debate e pela repercussão na mídia estimularam o eleitor a reprovar a atitude de Lula. Não seria aceitável que o candidato-presidente se negasse a ir a um debate na poderosa TV Globo, ainda mais sendo mediado pelo editor-chefe do Jornal Nacional. Segundo Hagen (2007, p. 4), ressalta a importância que Willian Bonner adquiriu no espectro jornalístico, “essa visão mítica está baseada no talento de um profissional que se tornou um ícone dentro do jornalismo: Bonner já extrapola o próprio Jornal Nacional e é construído como singular. E é descrito na mídia com alguém que ‘subiu’ muito rápido, provando um talento precoce, inerente ao sujeito”.

Guareschi (2006) compara a cobertura que o Jornal Nacional fez do debate e da aparição das fotos do dinheiro que seria utilizado para a compra do Dossiê Vedoin, com a edição que o telejornal apresentou do debate entre Lula e Collor, em 1989. Para o autor, “o Jornal Nacional da Rede Globo repetiu, não sei se com maiores ou menores conseqüências, seu criminoso ato eleitoral de 1989 na reedição do debate Lula x Collor”. Na perspectiva de Guareschi (2006) a TV Globo teve a intenção de demonstrar ao candidato-presidente seu poder e se comportou como um ator político.

## **6 O DUPLO COMBATE (TV BANDEIRANTES, SEGUNDO TURNO)**

Apresentamos primeiro um breve histórico da TV Bandeirantes, a análise começa com a descrição do debate entre Lula e Alckmin. Porém, é importante ressaltar que o encontro não foi transcrito na íntegra, foram selecionadas as intervenções principais dos candidatos que correspondem aos pontos de maior tensão e polêmica. O debate é apresentado quanto à data, horário, local, cenário, mediação, temas, duração, formato, audiência e regras.

### **6.1 TV Bandeirantes: pioneirismo em debates**

A TV Bandeirantes (2008) de São Paulo (canal 13) entrou no ar no dia 13 de maio de 1967 de propriedade do empresário João Jorge Saad. No dia de 16 de julho de 1969, com apenas dois anos de existência, a Bandeirantes era atingida por um grande incêndio que reduziu o moderno edifício do Morumbi a uma montanha de cinzas.

Em dezembro de 1975, para dar início à formação da Rede, João Jorge Saad compra a TV Vila Rica, transformada em TV Bandeirantes de Belo Horizonte. Depois, no Rio de Janeiro, a Bandeirantes transmite seu primeiro sinal de teste no dia sete de julho de 1977, às 19h no canal sete. Dois meses depois, a versão fluminense da Bandeirantes entra no ar oficialmente com o nome de TV Guanabara, em Botafogo. Nessa época, outras 12 pequenas estações espalhadas pelo Brasil compunham a Rede. Em 1980, eram 24 emissoras espalhadas pelo País. Em 1982, a Bandeirantes foi a primeira empresa comercial nas Américas a operar uma Rede de Televisão por satélite. Em 1984, a Band mostrava os comícios das Diretas-já. Em 1992, foi a única Rede que entrou desde o começo na CPI do caso Collor.

Na década de 80, a Band colocou no ar o Canal Livre, um programa de entrevistas que permanece até hoje e trata de assuntos de interesse nacional. A emissora intitula-se pioneira na realização de debates eleitorais. Em 1989, realizou vários debates entre os candidatos. Participaram, segundo a emissora, Lula, Ulysses Guimarães, Ronaldo Caiado, Aureliano Chaves, Fernando Collor, Leonel Brizola, Paulo Maluf, Afif Domingues, Roberto Freire e

Afonso Camargo. A Bandeirantes fez uma série de cinco debates já no primeiro turno. Depois, no segundo turno, participou do “pool” com as demais emissoras, transmitindo os dois debates entre Collor e Lula. O primeiro nas instalações da Manchete, no Rio de Janeiro, e o segundo em seus estúdios em São Paulo. No primeiro turno Collor não participou dos debates. Segundo dados da emissora, desde 1982 a Bandeirantes já fazia debates entre candidatos aos governos estaduais e coube à emissora realizar o primeiro debate da história do Brasil entre candidatos à Presidência da República, na televisão.

A Rede Bandeirantes, apesar de ser uma das emissoras mais antigas, não detém a mesma audiência e expressão nacional que a TV Globo e dessa forma não se encontram estudos específicos da atuação da TV Bandeirantes no cenário político do país.

## 6.2 Estrutura e Funcionamento do Debate

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 TV<sup>42</sup> e as rádios Bandeirantes e Band News FM e durou aproximadamente 2h10min. Com relação à audiência o primeiro debate obteve em média 16 pontos (PADIGLIONE, 2006a).

---

<sup>42</sup>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=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>

### 6.2.1 Vinhetas

O programa começa com a vinheta de abertura. A vinheta utilizada durante o debate é a mesma utilizada pela emissora em todos programas que tratam das eleições. Assim como a Rede Globo, a vinheta utilizada pela Band, na eleição de 2006, é a mesma da eleição anterior.

### 6.2.2 Cenários

O cenário era simples (Figura 9), a parede com fundo azul e nela palavras impressas em tom mais claro referentes a temas de interesse nacional economia, educação, progresso, segurança e saúde, tinha também o contorno do mapa do Brasil entre duas colunas de cor laranja localizadas ao centro da parede, atrás do mediador. O chão era acarpetado na cor cinza. O mesmo cenário do debate realizado pela emissora no primeiro turno, diferenciando-se apenas quanto à disposição dos candidatos e mediador. O mediador ficava no centro, entre os candidatos, e em frente de sua tribuna, afastado um pouco, o símbolo da Band nas cores amarelo e azul. Lula ficou a esquerda de Boechat e Alckmin à direita. As tribunas dos candidatos tinham identificação. Acompanharam o debate, no estúdio, 200 pessoas convidadas pelos dois candidatos.

### 6.2.3 Regras

O debate foi dividido em cinco blocos e os temas foram de livre escolha dos candidatos. No primeiro bloco, os candidatos tiveram dois minutos cada um para responder a uma pergunta do mediador. Neste mesmo bloco fizeram perguntas entre si com 45 segundos para o questionamento, dois minutos para a resposta e um minuto para a réplica e a tréplica. O mediador salienta que durante o debate será concedido o direito de resposta em caso de ofensa



moral e pessoal apenas quando a ofensa ocorrer na tréplica ou no bloco das considerações finais, sendo que o pedido deverá ser solicitado, imediatamente, após a ofensa e decisão de atender ou não fica a critério da produção do encontro.

O segundo bloco foi estruturado para que os candidatos fizessem três perguntas cada um, com questões de 45 segundos, respostas de dois minutos e réplica e tréplica de um minuto cada. No terceiro bloco, os candidatos voltam a fazer perguntas entre si. Duas perguntas para cada um com o mesmo tempo do bloco anterior para as intervenções.

No quarto bloco, os candidatos responderam a perguntas de quatro jornalistas do Grupo Bandeirantes de Comunicação. Cada debatedor respondeu a duas perguntas de 45 segundos e teve dois minutos para responder e um minuto para comentário e tréplica. As perguntas foram feitas respectivamente pelos jornalistas Franklin Martins, Fernando Vieira de Mello, José Paulo de Andrade e Joelmir Beting.

O quinto bloco foi de uma pergunta para cada candidato com a mesmo tempo destinado para as intervenções anteriores. Também neste último bloco Lula e Alckmin tiveram três minutos para as considerações finais. Em todos os blocos, as perguntas foram respondidas por ordem de sorteio, definida previamente com as assessorias dos candidatos.

#### 6.2.4 Mediações ou mediador

O debate foi mediado pelo jornalista Ricardo Boechat (Boechat), apresentador do Jornal da Band. Ele já havia mediado o debate promovido pela emissora no primeiro turno.



Figura 9 – Cenário debate do Duplo Combate na TV Bandeirantes – Segundo turno  
Fonte: Silva (2006)

### 6.2.5 Os presidenciais

A seguir descreve-se o vestuário e a aparência dos candidatos à presidência.

#### 6.2.5.1 Indumentária

- a) Geraldo Alckmin: trajava terno preto, camisa azul claro e gravata dourada;
- b) Luiz Inácio Lula da Silva: vestia terno preto, camisa branca e gravata vermelha.

#### 6.2.5.2 Aparência

Os candidatos estavam elegantes, alinhados e vestidos de forma muito semelhante. Escolheram as gravatas para simbolizar as cores de seus partidos.

### 6.3 Desenvolvimento

O debate organizado pela TV Bandeirantes abriu o segundo turno da eleição presidencial de 2006. Foi o primeiro evento midiático após o primeiro turno. Ocorreu quatro dias antes do reinício do HGPE. Os candidatos chegam ao segundo turno em posições distintas, Alckmin confiante por passar para a segunda etapa e Lula abatido com a idéia de ter que enfrentar uma nova fase da campanha. O debate foi dividido em cinco blocos com duração média de 25 minutos cada um.

### 6.3.1 Primeiro Bloco: temas livres (Previdência Social, corte de gastos, aumento de imposto, Dossiê Vedoin, corrupção e escândalos)

Enquanto a vinheta é reproduzida a imagem vem de cima, mostra o cenário em plano geral e vai fechando no mediador.

- BOECHAT:

Boa noite! A Band inicia agora o primeiro debate do segundo turno das eleições entre os candidatos à Presidência da República, com este encontro a Band renova seu compromisso e sua tradição de abrir espaço aos acontecimentos de interesse nacional e à livre discussão de idéias. Recebemos com o nosso boa noite os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e Gerado Alckmin.

Boechat informa as regras do debate e faz a única pergunta que foi formulada pela produção do programa que trata da Previdência Social e ao corte de gastos, por ordem definida em sorteio, previamente com as assessorias das candidaturas. Os temas foram de livre escolha. Alckmin foi o primeiro a responder e assim abriu o debate. O adversário de Lula inicia sua participação salientando que foi a todos os debates, saudando os candidatos e senadores Heloísa Helena (PSOL) e Cristovan Buarque (PDT) por terem comparecido aos encontros anteriores, faz uma provocação ao candidato-presidente, que não esteve nos debates no primeiro turno, e desta forma parte para o ataque.

- BOECHAT:

Candidato Alckmin.

- ALCKMIN:

Boa noite Boechat, boa noite candidato, boa noite jornalistas, boa noite você que está em casa [...] 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. Eu vou cortar gastos sim, não da Previdência Social, que tem um enorme papel de distribuição de renda, vou cortar gastos primeiro da corrupção [...] vou cortar gastos na ineficiência 34 ministérios sem nenhuma razão de ser, vou cortar gastos nos comissionados, nos companheiros de partido

mais de 20 mil cargos em comissão consumindo R\$ 8 bilhões apenas neste ano, vou cortar gastos nas compras superfaturadas através de bolsa eletrônica de compras, através de pregão; economizei em três anos e meio R\$ 4 bilhões só com compras, eficiência, combate ao desperdício e o Brasil crescer, o Brasil não é condenado a ser o último da fila, o Brasil tem que ser o primeiro entre os emergentes, um país que cresce, um governo que é eficiente que tem princípios e valores éticos, esse é o meu compromisso.

- BOECHAT:

Dois minutos para o candidato Lula.

- LULA:

A impressão que eu tenho é que o meu adversário utiliza o hábito daqueles que decoram alguns chavões para participar de debate, primeiro por que eles já governaram muitos estados e governaram o país durante muito tempo e ficou claro que a única coisa que eles sabem fazer primeiro é cortar gastos naquilo que não poderia se cortar que é no salário do povo trabalhador, segundo é importante lembrar que quem propôs a reforma da previdência social no setor público fui eu, terceiro é importante lembrar que nois (sic) fizemos o país crescer como em nenhum momento da sua história dos últimos 20 anos. Me parece que o governador não estava no Brasil em 2003, por que se estivesse ele poderia começar este debate me agradecendo, me agradecendo por ter junto com o povo brasileiro salvo este país, por que este país estava totalmente falido não tinha crédito, não tinha credibilidade, não conseguia exportar, não conseguia produzir internamente, não conseguia controlar a inflação e nois (sic) conseguimos em três anos e meio fazer com que o Brasil chegasse agora no final do ano a quase 135 bilhões de dólares de exportação.

A imagem do adversário não aparece durante a explanação do candidato, desta forma não é possível observar-se a reação de Lula no momento em que Alckmin fala da ausência nos debates anteriores. Mas parece que o objetivo de Alckmin foi alcançado ao começar falando, exatamente, sobre uma das razões apontadas como motivo da disputa ter sido levada para o segundo turno. Lula fica incomodado com a colocação e nem cumprimenta os presentes e telespectadores. Busca desqualificar a fala de Alckmin dizendo que ele decorou.

- BOECHAT:

Agora candidato pergunta para candidato. O primeiro a perguntar, pela seqüência definida em sorteio prévio, é Geraldo Alckmin.

- **ALCKMIN:**  
Candidato Lula de onde veio o dinheiro sujo, R\$ 1,75 milhão em dinheiro vivo reais e dólar para comprar o dossiê fajuto?
- **BOECHAT:**  
Dois minutos para a resposta do candidato Lula.
- **LULA:**  
Veja, não só eu respondi como vou responder a todas as perguntas [...] faz exatamente 30 dias que ele quer saber da onde veio o dinheiro, ele quer saber quem deu o dinheiro, eu quero saber 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.

Neste espaço do debate quando candidato pergunta para candidato a tela é dividida (Figura 10) e os dois aparecem lado a lado, podendo-se assim visualizar as expressões do candidato que está sendo questionado. Enquanto Alckmin fala, Lula sacode a cabeça lentamente, aperta os lábios várias vezes e se movimenta de uma lado para outro, atrás da tribuna. Transparece irritação.



Figura 10 – Imagem da tela dividida no debate na TV Bandeirantes – Segundo turno  
Fonte: Folha Online (2008)

Liberados do sorteio de temas, os candidatos tratam de tentar inserir no debate os assuntos que interessam a cada um. Fazendo alusão ao cargo de presidente que é o chefe das Forças Armadas e seria um dos homens mais bem informados do país, Alckmin toca no tema que elegeu para ser a sua principal arma de argumentação no debate, o dinheiro encontrado com petistas para comprar o “Dossiê Vedoin”.

O candidato-presidente aproveita a insistente pergunta de Alckmin, que foi repetida em sua propaganda eleitoral diariamente, para se colocar como vítima da negociação do dossiê já que ele esteve sempre à frente nas pesquisas e teoricamente não precisaria fazer nenhuma artimanha para reverter um quadro que lhe era favorável.

- ALCKMIN:

Olhe nos olhos do povo brasileiro candidato Lula e responda de onde veio o dinheiro?

- LULA:

Eu respondo com muita clareza, em primeiro lugar por que eu não sou policial sou o presidente da república possivelmente o governador ainda tem a saudade do tempo da tortura em que em meia hora de prisão já se sabia quem era o mandante do crime, ou quem era o comunista, ou quem era o assaltante de banco, hoje a justiça brasileira por conquista nossa na constituição de 88 ela tem regra para investigar e uma investigação séria ela é demorada, aquilo que é pertinente a um presidente da república nois (sic) fizemos afastamos todas as pessoas envolvidas, agora cabe a policia brasileira, cabe a justiça brasileira a fazer as investigações se tem uma coisa governador e o senhor sabe que eu, não tenho preocupação e medo é de debater a pura verdade e da os fatos agora não cometerei injustiça, não condenarei o inocente e não inocentarei o culpado, na hora que a polícia tiver os dados pode ficar certo que eu tenho mais interesse que vossa excelência de explicar ao povo brasileiro.

Alckmin aparece agressivo e disposto a não dar trégua, enumera os envolvidos com o caso do dossiê e que poderiam ter dito ao presidente de onde veio o dinheiro. Em sua vez de perguntar Lula aproveita o tema do caso dossiê e faz seu questionamento sobre o “companheiro de partido” de Alckmin, Barjas Negri que integrou o governo de Fernando Henrique Cardoso e foi citado no caso da “máfia das sanguessugas” e que após deixar o ministério foi integrar o secretariado de Alckmin no Governo de São Paulo. Com isso Lula busca deslegitimar a fala de Alckmin sobre corrupção, já que ele também teria algum envolvimento com pessoas acusadas de fazer parte dos escândalos.

- BOECHAT:

Agora a pergunta do candidato, Lula 45 segundos, por favor candidato.

- LULA:

O senhor sabia ou não sabia das transações obscuras do senhor Barjas Negri quando o convidou para ser secretário da Habitação?

Desta forma Lula tenta incluir seu adversário nos escândalos que estão na ordem do dia e pautam as discussões que se intercalam com o tema eleições nos meios de comunicação e de forma geral atingem apenas atores ligados ao candidato petista.

- ALCKMIN:

Primeiro Lula não meça as pessoas pelas sua regra [...] o Brasil retrocedeu na saúde [...] eu fiz 19 hospitais no estado de São Paulo, aliás vamos entregar o vigésimo [...] em relação ao governo federal se há alguém que não tem moral para falar de ética é o Governo Lula.

Alckmin defende-se e tenta buscar refúgio no tema que mais lhe interessa e do qual teria autoridade para falar, pois é médico, dizendo que o Governo de Lula foi um desastre no quesito saúde. Em sua réplica, Lula insiste no envolvimento de Alckmin com o impedimento de CPIs que investigariam seu governo em São Paulo.

- LULA:

Parece que o governador deve olhar para a cara do povo e dizer um pouco a verdade, 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 movimenteí 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.

Lula tenta reforçar sua origem humilde com “quem não deve não teme” e com isso reafirmar que tem credibilidade para criticar Alckmin. É um tema delicado para Lula, tendo em vista todas as acusações que ex-integrantes de seu governo sofreram, porém 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”. Neste momento o mediador pede que a platéia não se manifeste durante as intervenções dos candidatos.

- BOECHAT:

Eu quero solicitar a platéia em benefício do debate que ela não se manifeste pelo menos durante as respostas, réplicas e tréplicas, agora mais um minuto para o candidato Alckmin.

- ALCKMIN:

Quanta mentira, quanta mentira, como o Lula mudou [...] as CPIs só saíram por que o Roberto Jeferson falou pro Brasil, contou a verdade para o Brasil.

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. Alckmin fala do mensalão, outro escândalo que atingiu o Governo Lula. O mediador encerra o bloco.

6.3.2 Segundo Bloco: temas livres (Dossiê Vedoin, comparação de governos, corrupção, realizações de governo, privatização, Febem e saúde)

O mediador abre o segundo bloco lembrando as regras.

- BOECHAT:

O primeiro a perguntar nesse bloco seguindo a ordem definida em sorteio é o Luiz Inácio Lula da Silva, candidato 45 segundos.

- LULA:

Por que nenhuma das “69 CPIs foi implantada?.

- ALCKMIN:

É só perguntar para o PT [...], claro que eles sabem é só chamar os seus amigos, amigos de 30 anos [...] em relação a questão das CPIs quem escreveu aí, o presid (sic) o candidato tá lendo, esqueceu de dizer pra ele quando fosse ler a questão da CPI que na Assembléia Legislativa de São Paulo desde 1988 o regimento interno da Assembléia Legislativa do Estado ela estabelece que tem que votar em plenário, isso faz quase 20 anos.

Lula retoma a questão das denúncias e diz que Alckmin ficou sabendo de fatos graves e impediu que a sociedade ficasse a par dos fatos. Importa ressaltar que Lula lê a pergunta e Alckmin que aparece na metade da tela ostenta um ar de riso enquanto escuta. O adversário de



Lula não deixa passar que ele está lendo a questão e que quem escreveu cometeu equívoco nas colocações, mas como está ansioso quase se esquece de sua estratégia de não se dirigir a Lula como presidente. Lula ao fazer a réplica diz que também quer fazer a comparação de governos referida por Alckmin e ressalta que o Governo Federal investe muito no estado de São Paulo, em especial em políticas sociais.

- BOECHAT:

Seu tempo candidato, um minuto para a réplica do candidato Lula.

- LULA:

Bom, tudo menos porque não permitiu as CPIs [...] nós nos conhecemos há muito tempo, não sei se você tem alguma coisa contra ler porque eu não tive tempo de ficar decorando pergunta, parece que o senhor fez algum curso de psicodrama esses dias para ficar decorando, mas não se preocupe com a minha leitura não, não se preocupe não, isso não pode lhe incomodar, o que eu quero é que fale concretamente sobre as diferenças de nossos governos em política social.

- ALCKMIN:

A primeira diferença é de caráter, o Mário Covas dizia se no meu governo alguém errar fui eu que errei, porque eu que o pus lá, assumir responsabilidade, eu não me omito, eu não jogo nas costas dos amigos os problemas do governo, eu assumo responsabilidades[...].

É assim que o debate segue com Alckmin acusando e cobrando, o que faz com que todas as avaliações sobre o encontro se pautem, principalmente, pela mudança de postura do ex-governador.

- BOECHAT:

Agora a pergunta do candidato Alckmin.

- ALCKMIN:

O meu adversário sempre costuma dizer nunca antes na história do Brasil tivemos cinco ministros denunciados pelo procurador da república [...] José Dirceu, Luiz Gushiken, Umberto Costa, Palocci, Anderson Adauto [...] cinco ministros não sabia candidato?

- LULA:

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, o dado concreto é que você me falou de caráter é verdade o Mário Covas era um homem de caráter era tão de caráter que o que o PSDB não queria que ele fosse candidato a governador em 94 preferia outro e ele só foi por que brigou [...] mas o que nos queremos discutir mesmo governador depois de o senhor fazer todas as suas acusações, que acho extremamente importante porque é uma mudança de tipo eu quero discutir governo, eu quero discutir política econômica [...].

- BOECHAT:

Candidato Alckmin, sua tréplica também réplica, perdão em um minuto.

- 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 e veja o paradoxo, você telespectador que tá em casa, veja o paradoxo o governo é violento no caso do Francenildo, aquele caseiro pobre que disse a verdade daquela mansão de Brasília que falou a verdade, teve violado o seu sigilo, crime foi cometido dentro da Caixa Econômica Federal, processos estão colocados, violento com o pequeno com o fraco mas fraquinho, fraquinho, mansinho com esses crimes gravíssimos que assolaram o país.

Mais uma vez Alckmin acusa Lula de mentir. Importa destacar que em nenhuma intervenção Alckmin se dirigiu a Lula como presidente. Na tréplica Lula traz para si a prerrogativa de querer apurar os fatos, dizendo desejar descobrir a quadrilha que “montou a arquitetura do dossiê”. Neste ritmo o debate desenvolve-se, os candidatos disputam durante todo o tempo o lugar de “detentor da verdade”, e tentam convencer o eleitor de que estão com a razão e que o adversário está mentindo. A estratégia que prevalece é de desqualificação do adversário.

Lula consegue fazer com que Alckmin sorria quando ao iniciar sua pergunta fala que se tiver algum problema não lerá, e logo volta atrás.

- LULA:

Mas eu vou ler para não falar nenhuma leviandade [...] alguma política para o Bolsa Família governador?

É mais uma tentativa de tirar a discussão do campo da ética, terreno difícil para ele devido a todos os escândalos. Assim, coloca Alckmin na defensiva já que uma das questões levantados por analistas e apontados nas pesquisas é de que os beneficiários do Programa Bolsa Família teriam medo de perder o auxílio se ele vencesse.

- ALCKMIN:

Primeiro mal informado quem escreveu, escreveu errado [...] crescimento econômico essa é uma discussão que nos queremos como é que se pode entender que o Brasil esse país essa potência que é o Brasil é o último da fila o ano cresceu 2,3% do PIB, a Argentina aqui do lado 9% [...] governo que não funciona que não tem mais nem equipe, governo eivado de denúncias por todo lado, [...] não dá para comparar com questão de privatização, privatização foi leilão público na frente do povo na frente da imprensa, dinheiro colocado nos cofres público.

- LULA:

Eu acho indescritível a capacidade de omitir os fatos e de inventar histórias para contar, 12 anos de governo apenas 170 mil famílias é que 170 para 170 mil é tão pouco é que no meu governo são 11 milhões e 100 mil de famílias que estão tomando café almoçando e jantando e colocando os filhos na escola [...] ao invés de ficar apenas com leviandade governador é importante ter em conta o seguinte quais são as políticas sociais concretas que o PSDB tem para o Brasil?

- ALCKMIN:

E aqui quero fazer uma denúncia é de que a mentira política não tem fim tá entranhada no PT e no Lula mentiu até no aplauso do Kofi Annam, roubou o aplauso do Kofi Annam lá na ONU, a mentira política é essa boataria que eu vou acabar com o bolsa família que eu vou privatizar.

Alckmin está alterado e, mesmo quando acaba seu tempo o ex-governador continua falando com o microfone desligado. Novamente, Alckmin chama Lula de mentiroso. As acusações sucedem-se, Lula pede direito de resposta por ter sido chamado de mentiroso e não é atendido, a demora da produção do debate em dar resposta ao pedido causa manifestação na

platéia e pode-se ouvir os comentários, os candidatos também continuam discutindo com os microfones desligados. O mediador não tem controle da situação.

- BOECHAT:

De acordo, seu tempo candidato, por favor, seu tempo candidato, de acordo com as regras do debate o candidato Lula solicitou, é direito de resposta, por considerar que, eu peço, é, eu to consultando nesse momento, a platéia por favor, é, a referência do presidente Lula do candidato Lula é em função de chamá-lo de mentiroso.

- LULA:

Isso aqui é um debate.

- BOECHAT:

Eu to esperando a produção do programa, ok a produção do programa determina que não seja dado o direito de resposta, pergunta para Geraldo Alckmin nesse bloco 45 segundos.

Nesta parte do debate os ânimos estão mais acirrados e as colocações dos dois candidatos são ríspidas. Lula está nervoso, bebe água, movimentava-se bastante enquanto Alckmin pergunta sobre investimentos do governo.

Lula cita várias ações de seu governo, e destaca a preocupação com os “mais pobres”, camada da população que, segundo as sondagens de opinião, é a que mais deposita confiança nele.

- 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.

- ALCKMIN:

Olha o social do candidato eu vou dar um exemplo aqui o governo dele gastou R\$ 700 milhões esse ano em diárias e viagens esse é o social gastou investiu R\$ 700 mil no reaparelhamento das Forças

Armadas e R\$ 700 mil em diárias e viagens é um desperdício completo [...] e deixo uma pergunta para o candidato Lula o cartão corporativo o cartão de crédito do seu gabinete teve um crescimento exponencial o senhor abre o sigilo, o senhor permite que a imprensa possa ter acesso aos gastos de seu cartão de crédito?

- LULA:

Não seja leviano, não seja leviano, e vou dizer não seja leviano.

Se consegue ouvir Alckmin mesmo com o microfone desligado.

- ALCKMIN:

Respeito, respeito.

- LULA:

Não seja leviano, a única coisa boa que o Fernando Henrique Cardoso criou no governo dele foi exatamente esse cartão corporativo [...] pergunta para o Fernando Henrique Cardoso, aliás vocês não trouxeram ele aqui hoje, por que vergonha, ele prejudica a campanha? Então meu querido eu acho que vá com cuidado, vá devagar não vá com tanta sede ao pote porque na frente dessa câmera aqui tem gente inteligente assistindo e essa bravata sua não vai convencer ninguém.

Pode-se ouvir as risadas da platéia. É o momento mais “quente do debate” e o mediador torna a pedir aos presentes que não se manifestem em respeito ao público.

- BOECHAT:

Seu tempo candidato, em seguida o senhor mesmo faz a pergunta na seqüência do bloco, 45 segundos, peço mais uma vez à platéia encarecidamente em respeito ao público que não se manifeste, por favor.

O mediador não consegue impor aos candidatos e à platéia o cumprimento das regras do debate.

- LULA:

O governador, ah, nas suas bravatas ele fala de uma moralidade que parece que ele tá numa sacristia eu queria perguntar governador essa seriedade essa sobriedade toda administrativa, ou seja, por que não deu resultado na Febem? Por que não deu resultado na Febem? A cada mês, a cada mês, tem dezenas de tumultos são 2924 fugas, ou seja, não deu pra em 12 anos aprender como cuidar da juventude, ou será

que apenas a punição é a saída para a Febem? se precisar de ajuda pode pedir.

- ALCKMIN:

Olha veja que quando lhe convém ele se socorre do Fernando Henrique né, aí volta lá o Fernando Henrique e não respondeu se abre o cartão de crédito corporativo que isso é dinheiro público, saque em dinheiro, dinheiro público [...] em relação a Febem nós trabalhamos desde do Mário Covas tanto é que hoje nós temos mais de 70 unidades, pequenas unidades perto da família [...] candidato Lula é um bom comentarista ele fala como se ele não tivesse nada a ver com o problema do menor infrator é um comentarista o que ele fez foi cortar o dinheiro, o dinheiro que o Fernando Henrique dava pra ajudar a gente na ressocialização, na reeducação ele cortou o dinheiro essa foi a contribuição que ele deu.

- BOECHAT:

A réplica do candidato Lula.

- LULA:

O governador é bom falador de causas estranhas a pergunta, a Febem não é tratada com o carinho que recebe, porque ela tratada apenas como se fosse um sistema prisional.

- BOECHAT:

Seu tempo candidato, a tréplica do candidato Alckmin.

Os candidatos atrapalham-se um pouco em suas colocações, Lula bem mais do que Alckmin. O ex-governador extrapola o tempo estipulado para as intervenções muitas vezes, os promotores exercem o controle, cortando o microfone do candidato que continua falando. Lula comete muitos erros de pronúncia, mas sua linguagem é de fácil compreensão do público.

A tela fica dividida e os dois candidatos aparecem. Alckmin fala de saúde e saneamento, diz que o Governo Lula retrocedeu. Enquanto o ex-governador fala, critica seu governo, Lula balança a cabeça em desaprovação, bebe água e movimenta-se balançando o corpo impaciente. Lula volta à questão anterior dizendo que faz projeto e começa a obra, enumera as ações de sua gestão na área da saúde.

- LULA:

Não queira que eu conserto em quatro anos o que vocês destruíram em quatro séculos é bom ir devagar com isso, é bom ir devagar com isso é permitir que eu possa fazer muito mais do que já foi feito em qualquer outro momento da história desse país.

- BOECHAT:

Agora sim, um minuto para a réplica do candidato Alckmin.

- ALCKMIN:

O PSDB não tem quatro séculos, agora em relação a saúde não explicou[...].

Alckmin responde com ironia. Novamente, extrapola o tempo. Lula esfrega as mãos enquanto fala, ele está nervoso, continua com os erros de pronúncia e de concordância. Lula olha e aponta para a platéia, que não pode ser vista, quando se refere a José Serra. Ele repetiu esse gesto mais vezes durante os dois primeiros blocos. Não olha diretamente para a câmera, para o telespectador, responde dirigindo-se a Alckmin ou à platéia. O mediador encerra o bloco e antes de entrar o intervalo comercial, ouvem-se os convidados que se manifestam entusiasmadamente, gritam e aplaudem.

### 6.3.3 Terceiro Bloco: temas (segurança pública, Petrobras, política externa, energia elétrica)

Boechat abre o bloco com a repetição das regras. Neste bloco entra em discussão a questão da segurança, quesito em que Alckmin enfrentou problemas em sua administração em São Paulo. Alckmin aproveita para ressaltar as realizações que fez na área da segurança e enumera críticas a administração do petista. Os dois aparecem na tela, enquanto Lula fala Alckmin ostenta um ar de riso. A tela está dividida e os dois aparecem. Lula começa mais seguro e consegue expressar-se com mais clareza.

- LULA:

Governador, segurança pública, me parece que quando o governador resolveu anunciar a nação o choque de gestão teve o apagão e choque de gestão não aconteceu porque depois de 12 anos no governo depois de falar tanto em segurança pública [...] resultado foi o PCC tomando conta de São Paulo, e daí governador como é que a questão de segurança pública nesse país porque eu acho que isso que a povo quer saber?

- BOECHAT:

Dois minutos para a resposta do candidato Alckmin.

- ALCKMIN:

O candidato Lula se comporta como comentarista, ele se omite, ele se esconde, ele não enfrenta o problema, nos enfrentamos tiramos da rua 90 mil bandidos, reduzimos 50% os homicídios em São Paulo, mais de 60% latrocínios.

As intervenções neste período estão mais ponderadas, um pouco menos agressivas do que nos blocos anteriores, mas seguem de modo incisivo de ambos os lados.

- LULA:

Você acha que alguém acredita Alckmin? [...] essa coisa toda que ele falou de segurança aqui [...] há uma contradição Alckmin entre a preparação que você fez para esse debate os números que você decorou e a realidade de São Paulo[...].

Alckmin chama Lula de “fraco” na questão da Petrobrás que envolve o Brasil e a Bolívia sobre o gás.

- ALCKMIN:

A política externa do Governo Lula foi um fracasso [...] com a Bolívia o Brasil foi humilhado [...]o governo foi fraco, foi submisso, com a Argentina, a Argentina bateu pé a Argentina e o Brasil recuou [...] porque não defender o interesse do Brasil?

Durante as colocações de Alckmin, Lula muda diversas vezes de expressão, coloca os óculos e tira. Faz caretas, balança a cabeça lentamente e olha para a platéia em gesto de desaprovação às afirmações de Alckmin sobre as ações de seu governo. Lula por sua vez ressalta sua qualidade de negociador, tão comentada na eleição de 2002.



- LULA:

A política externa brasileira é uma política externa ousada é uma política externa que fez com que o Brasil deixasse de depender apenas de dois blocos seja união européia ou Estados Unidos para se expandir pro mundo, ela é tão fracassada que nos saímos de 60 bilhões de dólares para 134 bilhões de dólares de exportação.

- ALCKMIN:

Olha por trás desse palavrório todo existe há um presidente fraco[...].

E seguem, Alckmin acusa e Lula procura se defender e mudar o rumo da discussão.

- LULA:

Governador eu penso que está na hora de nois (sic) presentarmos o povo brasileiro com alguma coisa de governo [...] qual é definitivamente a sua proposta para a questão energética brasileira?

Alckmin repete muitas vezes, durante o debate, que o Brasil não cresceu, faz acusações ao Governo Lula dizendo que não aconteceram investimentos na área da produção de energia.

- ALCKMIN:

O Brasil foi o último da fila do crescimento perdendo as oportunidades do cenário internacional extraordinário, antes houve um problema de falta de energia por razões hídricas por falta de chuva[...].

- LULA:

O que fica claro aqui é que o Alckmin parece que não estudou bem esse assunto, o nosso governo produziu 13 mil megawats [...] no nosso governo a Petrobrás atingiu a auto-suficiência.

Nessa altura do debate, Lula aparenta cansaço e impaciência para responder às acusações do adversário.

- ALCKMIN:

O mundo do candidato Lula é virtual ele anda é de aerolula, um avião chiquérrimo, de luxo, gastou R\$ 150 milhões do seu dinheiro para dar emprego lá na Europa e não sabe da realidade, lá na BR 316, no

Maranhão, no Pará disseram puseram essa piçarra aqui pro Bial passar[...].

O ex-governador afirma que o presidente não conhece a realidade das estradas brasileiras. Recorre à imprensa, a um programa da TV Globo<sup>43</sup>, para dar credibilidade a sua argumentação. Lula lança mão de sua experiência, lembra que foi oposição em três eleições, para falar que compreende a posição de Alckmin de não reconhecer as melhorias que seu governo realizou no Brasil.

- LULA:

O fato concreto e objetivo é que o Brasil melhorou, reconheça pelo menos alguma vez o Brasil melhorou, as pessoas tão comendo mais, as pessoas tão construindo mais, as pessoas tão trabalhando mais, as pessoas tão vivendo com mais dignidade e mais respeito neste país os pobres desse país deixaram de ser coadjuvantes para bater palma para candidato eles estão hoje tendo acesso as coisas que eles não tinham, reconheça isso Alckmin, não custa nada pra você, você é um homem bem informado, não faça o papel pequeno de um candidato que fica apenas reclamando, reconheça o que foi feito e vamos fazer a partir daí.

O bloco é encerrado por Boechat. Mais uma vez a platéia manifesta-se, ouvem-se aplausos.

#### 6.3.4 Quarto Bloco: temas (escândalos, segurança, maioria penal, aerolula)

No quarto bloco, o mediador informa sobre as regras, os candidatos são questionados por dois jornalistas da Rede Bandeirantes cada um. O primeiro foi Lula, o jornalista Franklin

---

<sup>43</sup>A série “Caravana JN” percorreu as cinco regiões do Brasil, em dois meses, de ônibus e de barco, em 2006, para mostrar os desejos dos brasileiros no ano eleitoral. O comando do projeto ficou a cargo do jornalista Pedro Bial, citado por Alckmin no debate. Segundo Fausto Neto (2006, p.17), “talvez o elemento mais paradigmático dessa “aliança enunciativa” seja o ato do candidato da oposição, Geraldo Alckmin, o qual, durante sua campanha, desafiado pelos editores do Jornal Nacional para que percorresse a estrada BR 316, no Maranhão, se desloca de São Paulo para São Luís 9mais de 3 mil quilômetros) para se encontrar com a enunciação jornalística da rede Globo, que, num certo momento da campanha eleitoral, passava por aquele Estado”.

Martins fez sua pergunta sobre os escândalos que ocorreram e se ele como presidente não deveria saber dos fatos importantes que ocorrem a sua volta.

- BOECHAT:

Muito bem, o jornalista sorteado sexta-feira na presença das assessorias foi o jornalista Franklin Martins o candidato que vai responder será sorteado agora, quem vai responder é o candidato Luiz Inácio Lula da Silva.

- FRANKLIN MARTINS:

O que nos garante que o senhor sendo eleito que o país e o senhor não serão surpreendidos por fatos como estes?

Lula agradece a questão ao jornalista e responde salientando justamente por isso que quer ser reeleito, pois tem a certeza de que sabendo dos fatos punirá os culpados. Aproveita para comparar os governos anteriores que, segundo ele, não apuravam as denúncias. Utiliza exemplos de fácil compreensão do público comparando seu governo a uma casa onde muitas vezes o dono não tem conhecimento de tudo o que acontece.

- LULA:

Nenhum presidente, nenhum pai de família sabe de tudo.

Os candidatos podem comentar a resposta do adversário.

- ALCKMIN:

O Lula arrogante esse tempo todo [...] a questão do mensalão foi feita dentro do Palácio do Planalto, no terceiro andar pelo seu ministro-chefe da Casa Civil.

Lula na sua réplica retoma novamente na questão da segurança e no PCC, quadrilha que atua em São Paulo.

---

- LULA:

É muito engraçado o comportamento do governador de São Paulo. Na hora que eu fiz a pergunta sobre segurança pública que eu falei se ele sabia ou não do PCC ele falou, falou, falou e disse que não sabia, ou seja, depois de 12 anos depois de tanta coisa que aconteceu de tanta bravata de que a segurança era o máximo, não sabia que tinha uma quadrilha dentro do PCC [...] aí o Alckmin eu confesso a vocês que saiu daqui até um pouco triste porque quando eu vejo um homem que foi governador de São Paulo que andou de avião pra cima e pra baixo comprado com o dinheiro do povo de São Paulo amesquinha a idéia da compra de um avião para um país do tamanho do Brasil.

Lula além de aparentar cansaço comete muitos erros de pronúncia. Alckmin na seqüência responde a pergunta do jornalista Francisco Viera de Mello relacionada à maioria penal.

- FRANCISCO VIERA DE MELLO:

Boa noite candidatos, candidato até o final do ano o criminoso Champinha que matou um casal de namorados aqui em São Paulo deve se libertado [...] se o senhor pretende lutar junto ao congresso para a redução da maioria penal, ou o senhor entende que esse é um caso isolado e nada precisa mudar.

O candidato diz ser contra a redução da maioria penal de 18 para 16 anos e novamente ataca o Governo Federal que, na sua opinião, não atuou de forma satisfatória no combate ao crime organizado. Em seu comentário, Lula chama a sociedade para a discussão sobre o problema da segurança pública.

- ALCKMIN:

O presidente da França não tem avião, o primeiro-ministro da Inglaterra não tem avião, nem o Papa não tem avião, ele tinha quatro pois eu quero dizer que eu vou vender esse aerolula, vou vender e vou fazer cinco hospitais com esse dinheiro porque é dinheiro jogado fora e manutenção caríssima.

Na seqüência Lula é questionado pelo jornalista José Paulo de Andrade sobre o fato dos vilões das telenovelas terem a simpatia maior da opinião pública e que a moral do brasileiro estaria em “frangalhos” e que o Brasil vive uma crise moral.

- JOSÉ PAULO DE ANDRADE:

O que o senhor reeleito presidente pretende fazer para resgatar valores como trabalho, dignidade, honestidade, seriedade, ética, civismo, enfim para reforçar princípios que são a base para a construção de uma nação forte?

- LULA:

Mas antes eu queria voltar a questão do aerolula, uma coisa fantástica eu fico imaginando como é que a dona de casa, o brasileiro e a brasileira que tem juízo pode ver alguém que foi governador do estado mais importante do país dizer uma sandice dessa, porque ele não vendeu nenhum quando ele herdou quem sabe alguns comprados por governadores que eram ligados ao partido dele, e tinha que comprar porque São Paulo é muito grande, é uma pena.

Voltando à pergunta Lula enumera as ações que ele acredita serem necessárias para modificar a situação colocada pelo jornalista. Alckmin, em seu comentário, salienta que ele e Lula são bem diferentes, pois ele vendeu os aviões que pertenciam ao governo de São Paulo.

- ALCKMIN:

Primeiro nós somos bem diferentes eu e o candidato Lula [...] em relação a questão da corrupção o exemplo vem de cima, eu acho que essa campanha nos temos que discutir sim são princípios, são valores qual é a autoridade moral do Lula para vir aqui de forma arrogante falar com essa lista de corrupção no seu governo.

- LULA:

A autoridade de quem descobriu que 60% dos prefeitos envolvidos no sanguessuga era do PFL e do PSDB, a autoridade de quem não deixou impune nenhuma pessoa envolvida em corrupção.

Continuam as acusações. Lula consegue expressar-se com maior clareza e segurança. Alckmin continua firme e mantém a mesma postura do início do debate. A última pergunta é feita pelo jornalista Joelson Beting sobre juro. Alckmin responde e Lula comenta. O ex-governador enumera as deficiências do Governo Lula, faz muitas críticas. Lula relaciona as ações de seu governo. Alckmin ataca o PT, “risco Lula, risco PT”. O mediador encerra o bloco com forte manifestação dos convidados, aplausos e gritos.

### 6.3.5 Quinto e Último Bloco: temas (Dossiê Vedoin, privatização, educação, considerações finais)

O mediador abre o último bloco informando as regras. No último bloco, é Alckmin quem começa. De acordo com as regras cada candidato faz uma pergunta. No final do debate, Alckmin mantém sua estratégia de desqualificar o adversário.

- **ALCKMIN:**  
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.

Mais uma vez a questão da mentira. Alckmin refere-se a colocações de Lula em entrevistas de que ele teria a intenção de continuar o programa de privatizações iniciado no governo de Fernando Henrique Cardoso. Lula que no início da questão aparece mexendo em papéis fica olhando atentamente para Alckmin com uma expressão muito séria. Quando chega sua vez de falar ressalta que não está respondendo para Alckmin e sim para o povo brasileiro que está assistindo ao debate e que respondeu sobre o que sabia e que conseqüentemente o que ficou sem resposta era por que ele não tinha conhecimento. Lula chega ao último bloco mais tranqüilo e seguro.

- **LULA:**  
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.

Neste momento Lula retoma os temas que lhe são favoráveis, enumerando as realizações de sua gestão.

- ALCKMIN:

Não minta Lula, não foi o PFL ou o PSDB que no seu programa teria alguma coisa de privatização foi você que falo [...] outro boato que eu 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 agente 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? **(neste momento Lula olha para a câmera)** então é só explicar sem ficar nervoso vamos conversar com os senhores e as senhoras que estão lá sem essa coisa de ficar bravo que não faz o teu gênero Alckmin, não faz eu te conheço e não faz o teu gênero.

Ouvem-se risos vindos da platéia. São várias as manifestações dos convidados durante o debate. Na sua última pergunta, Lula lê uma questão sobre educação. Mesmo enquanto Lula formula a pergunta Alckmin, que aparece na metade do vídeo, mantém seu olhar na câmera, ou seja, no telespectador.

- BOECHAT:

A pergunta do candidato Alckmin, perdão do candidato Lula, desculpem candidatos.

- LULA:

Afinal qual a proposta sua para a educação nesse país?

Enquanto Alckmin responde, Lula fala algo que não é possível entender, pois o microfone está desligado. Alckmin irrita-se com a manifestação de Lula e o repreende.

- ALCKMIN:

Por favor, respeito candidato. O que o Governo Lula fez? não fez nada [...] tem maioria para absolver mensaleiro mas não tem maioria para

aprovar o Fundeb, mas que prioridade é essa? que governo é esse? só jogando culpa nos outros.

- LULA:

Eu nem quis discutir, eu queria apenas saber, não sei por que ele ficou nervoso, eu só queria saber, por que ele fala uma coisa fala uma coisa e não acontece, o estado de São Paulo não aceitou participar do provão e da prova Brasil com medo, com medo de provar que aqui o ensino não é tão bom embora seja um estado poderoso como é São Paulo [...] eu vou dizer nois (sic) aumentamos de 6 de 8 para 9 anos o tempo de permanência das crianças na escola [...] além das universidades a maior aprovação de doutores já feita na história do Brasil.

Lula reforça os dados sobre a educação em São Paulo, ele lê.

- BOECHAT:

Seu tempo candidato, muito bem agora, perdão, tréplica do candidato Alckmin”.

- ALCKMIN:

Na realidade [...] vem aqui criticar o estado sem ter ajudado em nada, nada, nada [...] o governo do PT tirou dinheiro de nós dos estados e municípios da cota do salário educação tirou dinheiro para concentrar lá em Brasília de forma centralizada foi tão vergonhosa essa manobra que o candidato Lula não teve coragem de promulgar a lei ele deixou passar por decurso de prazo, mais uma vez se omiti porque essa é a marca dele, eu não to bravo não, mas eu lembro de Santo Agostinho prefiro os que me criticam porque me corrigem aos que me adulam porque me corrompem.

Quando fala da ordem dos candidatos para a consideração final o mediador lembra que o sorteio foi feito na presença das assessorias das candidaturas. Lula é o primeiro a falar, utiliza seu tempo enumerando as realizações de seu governo.

- LULA:

Primeiro eu quero agradecer ao povo brasileiro aos telespectadores da rádio Bandeirantes de estar assistindo a esse debate, segundo dizer ao povo brasileiro que quando resolvi sair candidato a reeleição é porque estou convencido que nois poderemos fazer muito mais e muito



melhor pelo Brasil porque as coisas estão arranjadas o alicerce tá pronto a parede tá levantada falta agora levantar apenas o madeiramento e o telhado e isso acontece com os grandes projetos de desenvolvimento que nós temos [...] nós sabemos da necessidade de gerar empregos e mais empregos e mais empregos porque o emprego é o que dá dignidade ao ser humano é o emprego que faz com que a pessoa conquiste definitivamente a cidadania.

Ressalta os investimentos na área da educação, encerra agradecendo e marcando encontro com o telespectador no próximo debate. Somente neste momento Lula fala dirigindo-se ao telespectador, olhando para a câmera.

- ALCKMIN:

Quero agradecer a você que tá em casa [...] não fugi de nenhum debate, prestei contas falei, falei de forma respeitosa pra todos vocês e quero dizer aqui do meu compromisso, o primeiro compromisso é com o desenvolvimento o Brasil tá perdendo oportunidades [...] o Brasil tá com a receita errada tá com a receita de aumentar gasto, aumentar o seu imposto, inclusive no saneamento básico e cortar investimento [...] o primeiro compromisso meu é a economia é emprego, emprego e renda esse é o caminho para diminuir a desigualdade pra diminuir a pobreza, lancei o Programa Novo Nordeste vou criar uma nova Sudene pra levar pro Nordeste investimento emprego [...] o Brasil tá piorando [...] sou médico, passei a minha vida minimizando o sofrimento das pessoas, gosto de gente por isso vim para a política o Brasil precisa ter princípios, valores, ética, respeito ao dinheiro público.

A imagem final é do mediador, fica difícil escutar sua intervenção, pois a platéia vibra bastante com aplausos e gritos entusiasmados.

- BOECHAT:

A Band acaba de escrever mais um capítulo da tradição de 24 anos na realização de debates agradecemos a participação nesta noite dos candidatos a presidência nesse segundo turno, a Band cumpriu mais uma vez o dever de informar com isenção, credibilidade e respeito a você. Eleições 2006, debate você decide na Band.

## 6.4 Análise do Debate

No primeiro confronto (Figura 11) uma surpresa, Alckmin aparece agressivo, bem diferente do comportamento adotado até então na campanha. Seria uma estratégia para tentar reverter a vantagem de Lula que continuava à frente nas pesquisas? Se a intenção era essa foi mal sucedida, ao menos é o que retrata a pesquisa realizada após o debate. Segundo a pesquisa do Instituto Datafolha, publicada dia 10 de outubro, após o primeiro confronto a diferença entre os dois apontava 12 pontos, 56% para Lula e 44% para Alckmin.



Figura 11 – Lula e Alckmin “frente a frente” na TV Bandeirantes – Segundo turno  
Fonte: Souza (2007b)

O debate promovido pela TV Bandeirantes tem caráter histórico, pois foi a primeira vez que um presidente em exercício no Brasil participou de um debate na televisão. A emissora saiu na frente realizando o primeiro encontro entre Alckmin e Lula e também o primeiro evento midiático da campanha no segundo turno. O formato do debate, sem perguntas sorteadas, permitiu que os temas fossem repetidos e prevaleceram os quesitos corrupção e “escândalo do dossiê”. O questionamento de Alckmin sobre a origem do dinheiro que seria usado por petistas para a compra do Dossiê Vedoin foi o principal assunto do debate. Uma das marcas do evento foi a quebra de regras por parte dos candidatos que, por diversas vezes, continuaram falando após o término de tempo. A platéia também, nesse

debate, não obedeceu ao princípio básico nesse tipo de evento, não se manifestar enquanto o programa está no ar. O mediador não conseguiu fazer com que as determinações que regulam o debate fossem cumpridas pelos candidatos e pela platéia.

Os candidatos comportaram-se de maneira bem diferente. Lula estava nervoso, o fato de não cumprimentar ninguém no início do debate foi sintomático. O candidato-presidente estava também agitado e impaciente, 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, só aparentou mais tranqüilidade e alguma segurança nas intervenções a partir do terceiro bloco, porém continuava gesticulando muito e se movimentando bastante. Apesar de estar elegante Lula aparentava cansaço, a barba e o cabelo estavam grandes. O candidato-presidente cometeu muitos erros de pronúncia e concordância, porém sua fala era mais natural, apesar de ter lido algumas questões. Ele se expressava melhor quando a intervenção era, aparentemente, improvisada.

Já Alckmin aparentava mais tranqüilidade e segurança, 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. Estava elegante e alinhado, porém bastante incisivo e agressivo em suas intervenções. Firme em suas colocações o “desafiante” estava preparado para o debate. O comportamento agressivo de Alckmin causou surpresa ao adversário e aos analistas.

Os dois, conforme matérias dos jornais do dia do debate<sup>44</sup> estavam com as estratégias definidas para o primeiro encontro. Lula estava preparado para a comparação de seu governo e de antecessor Fernando Henrique Cardoso. Alckmin apresentou melhor domínio dos temas e Lula demonstrou despreparo e insegurança ao responder as perguntas do adversário.

Alckmin utilizou durante todo o debate “os argumentos pela desqualificação do adversário”. Lula se valeu mais “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

---

<sup>44</sup>O Estado de São Paulo e O Globo trouxeram nas capas dia 8 de outubro de 2006 manchetes sobre o debate. Anexo E.

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. Abaixo as marcas indicativas dos sentidos, em negrito, que confirmam os principais argumentos utilizados pelos candidatos.

- ALCKMIN:

**Quanta mentira, quanta mentira**, como o Lula mudou [...] as CPIs só saíram por que o Roberto Jeferson falou pro Brasil, contou a verdade para o Brasil.

- LULA:

Não seja **leviano**, não seja **leviano**, e vou dizer não seja **leviano**.

- ALCKMIN:

**Respeito, respeito.**

- LULA:

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**.

- ALCKMIN:

E aqui quero fazer uma denúncia é de que a **mentira** política não tem fim tá entranhada no PT e no Lula **mentiu** até no aplauso do kofi Annam, roubou o aplauso do Kofi Annam lá na ONU, a **mentira** política é essa boataria que eu vou acabar com o bolsa família que eu vou privatizar.

- LULA:

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 **mint**a 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:

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?

O debate da TV Bandeirantes foi o ponto de partida, conforme se verá adiante, para o crescimento de Lula nas pesquisas. Após o evento, o candidato petista foi se distanciando do adversário e os debates posteriores só serviram para sedimentar a diferença.

## 6.5 Primeiras Impressões do Encontro - entrevista

Os candidatos concederam entrevista, ao vivo, ainda no estúdio da TV Bandeirantes 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 nós 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 mercado, 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 observar-se 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 pesquisa do Datafolha, publicada dia 10 de outubro<sup>45</sup>, 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 antes<sup>46</sup>, Lula aparece sete pontos percentuais à frente de Alckmin. Segundo o Datafolha, Lula tinha 50% da preferência do eleitorado, contra 43% de Alckmin. Parece que Alckmin “não ouviu o conselho já cristalizado no marketing político de quem bate leva”, (FAUSTO NETO, 2003, p. 82).

## 6.6 Repercussão do Debate

A análise do debate da TV Bandeirantes contempla além dos outros espaços midiáticos referenciados na análise anterior o HGPE dos candidatos. O debate da TV Globo por ter sido o último evento da campanha não repercutiu na propaganda dos candidatos. A outra diferença das análises está no fato de que este debate não repercutiu, evidentemente, nos telejornais da Rede Globo. Por entender que os telejornais da TV Bandeirantes não tem a mesma representação, audiência e abrangência da TV Globo, não foi realizada a análise da repercussão do debate nestes espaços.

---

<sup>45</sup>Pesquisa publicada na revista Época edição 439 e acessível no endereço: <<http://www.revistaepoca.globo.com/revista/epoca>>. Acesso em: 20 de out. de 2006.

### 6.6.1 No HGPE dos Candidatos

O primeiro debate entre Lula e Alckmin foi realizado quatro dias antes do início do HGPE do segundo turno. Mesmo assim, o debate obteve repercussão no programa dos dois candidatos. Lula utilizou cenas do debate em praticamente todo o programa exibido à tarde. Dos 10 minutos totais, oito foram dedicados à atuação de Lula no encontro. Já no programa de Alckmin o debate ocupou apenas um minuto e meio. O adversário de Lula repetiu o mesmo programa à tarde e à noite. O candidato-presidente optou por apresentar um novo conteúdo do programa à noite.

Em seu programa Alckmin preferiu apresentar breves trechos nos quais falava sobre propostas, sem editar as intervenções em que foi considerado agressivo. Ele foi o candidato que "apresentou as melhores propostas", segundo o locutor do programa. Somente uma crítica ou cobrança ao adversário foi apresentada. O locutor informava que “quando foi preciso Geraldo falou duro com Lula”. Alckmin, “candidato Lula de onde veio o dinheiro sujo, R\$ 1,75 milhão em dinheiro vivo reais e dólar para comprar o dossiê fajuto?”. O restante do programa foi propositivo. Depois de receber críticas quanto ao comportamento adotado no debate, considerado agressivo, Alckmin mudou de estratégia e retornou à postura apresentada no primeiro turno.

Em seu primeiro programa do segundo turno na TV, à noite, Lula admitiu ter se equivocado ao faltar aos debates do primeiro turno. O candidato-presidente repetiu no programa a justificativa apresentada no primeiro turno à imprensa para não ir aos debates. Segundo o candidato-presidente 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”. Ele também falou sobre o dossiê. A maior parte do programa de Lula foi dedicada aos agradecimentos aos eleitores pelos votos obtidos no primeiro turno e às comparações com o governo de FHC. Porém, diferente dos programas do primeiro turno, foram feitas críticas ao adversário. O próprio Lula

---

<sup>46</sup>Disponível em: <[http://www.abril.com.br/eleicoes2006/pesquisas/arquivo\\_agosto.shtml](http://www.abril.com.br/eleicoes2006/pesquisas/arquivo_agosto.shtml)>. Acesso em: 20 de out. de 2006.

fez questão de frisar a diferença entre sua candidatura e a de Alckmin, afirmou que “eles fazem uma campanha de ódio [...] enquanto eles sempre trabalharam para uma pequena elite, nós governamos para todos os brasileiros”. Na seqüência, o sujeito "eles" foi identificado com o governo do antecessor FHC (PSDB).

A inclusão de trechos dos debates no programa dos candidatos permite que se possa analisar a atuação destes em duas situações diferenciadas. No debate, não existe a preparação e tranqüilidade característica da produção do HGPE. São muito significativas as diferenças de expressão facial, postura, gestualidade e argumentação dos candidatos nas duas situações. Os dois espaços são comandados pelo campo midiático, porém no debate o candidato está sob pressão, tudo ocorre ao vivo, nos programas existe uma preparação prévia e há a possibilidade de se repetir a fala do candidato até que ela seja considerada satisfatória.

Os candidatos recorrem à edição de trechos que lhe são favoráveis. A intenção é utilizar imagens do debate como uma espécie de “prova” de que falam a verdade e saíram-se melhor que o adversário. O debate por ser organizado e comandado pelos espaços jornalísticos das emissoras é um gênero que está associado à credibilidade. Os candidatos utilizam cenas dos confrontos de acordo com o que lhes convém. Cada um pretende fazer crer que foi o vencedor do confronto.

A utilização dos debates na propaganda dos candidatos é outro indicativo da importância deste formato para a campanha eleitoral.

#### 6.6.2 Na Imprensa Nacional

O debate foi destaque nos principais jornais do país. Apresentamos abaixo as manchetes de capa dos jornais do dia seguinte à realização do debate, dia 09 de outubro de 2006. Assim como o debate da TV Globo, o primeiro debate entre Lula e Alckmin na TV Bandeirantes obteve destaque durante vários dias nos jornais. Inclusive com manchetes de capa<sup>47</sup>.

- “Debate agressivo esquenta a campanha” - Jornal do Brasil;

---

<sup>47</sup> Reprodução da capa do Estadão da véspera do debate é um exemplo apresentado no anexo E.



- “Lula e Alckmin trocam acusações em debate” - Correio Brasiliense;
- “Lula e Alckmin partem para o ataque no primeiro debate” – Folha de São Paulo;
- “Lula e Alckmin se acusam e perguntas ficam sem resposta” - O Estado de São Paulo;
- “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” - O Globo.

#### 6.6.2.1 As formações discursivas

A seguir são identificadas as formações discursivas encontradas nas matérias que abordam o debate, entre Lula e Alckmin, nos jornais FSP, do Estadão e do Globo nos dias 09 e 10 de outubro de 2006. As seqüências discursivas são identificadas através da letra T e pertencem a textos publicados nos referidos jornais. Foram analisados 21 textos identificados com a convenção de T1 a T21, conforme exemplificado na metodologia. Destaca-se que as marcas indicativas dos sentidos das formações discursivas encontradas estão em negrito. O que possibilitou a seleção das formações discursivas que identificam, segundo a análise, as principais marcas da cobertura dos jornais FSP, Estadão e Globo sobre o debate entre Lula e Alckmin foi o movimento de reiteração característico da paráfrase.

##### **a) Marcas de surpresa e despreparo**

O presidente Lula admitiu que foi **surpreendido**, no debate de anteontem, pelos ataques do adversário Geraldo Alckmin, a quem se referiu como "delegado de porta de cadeia". (Globo, T7)

- **Surpreendido**, Lula diz que reagirá a ataques de Alckmin (Globo, T6)
- **Satisfeito** com seu desempenho, Alckmin disse que está "absolutamente zen" e que externou o sentimento de **indignação**. "Fui um instrumento do povo. Não com raiva, mas com **indignação**", afirmou. (Globo, T8).
- O governador eleito da Bahia, Jaques Wagner (PT), contou que Lula ficou irritado com a agressividade do tucano e que **vai se preparar melhor** para responder às cobranças sobre os escândalos de corrupção nos próximos debates. (Globo, T8)
- Lula **acusa** golpe e diz que dia do debate foi 'um dos mais tristes' de sua vida (Estadão, T4)
- Ordem é fazer petista **treinar** mais para próximos confrontos (Estadão, T5)
- Os coordenadores da campanha do presidente Luiz Inácio Lula da Silva avaliam que ele foi **mal preparado** para o debate inaugural do segundo turno, na noite de anteontem. O próprio candidato **admitiu** a assessores ter ficado atônito com o tom agressivo adotado pelo tucano Geraldo Alckmin - **surpresa** que fez o petista demorar a reagir, reconhecem auxiliares. Diante da constatação, a ordem é **preparar Lula** com mais cuidado para o próximo confronto. (Estadão, T5)
- Assessores do Planalto consideram que Lula está **destreinado**. Lembram que ele não participou dos debates do primeiro turno e, ao longo do mandato, concedeu só duas entrevistas coletivas, mesmo assim com pouco espaço para réplica dos jornalistas. (Estadão, T5)
- **Agressividade** de Alckmin no debate **surpreendeu** Lula. (FSP, T17)
- Para petistas, discurso de oponente é artificial; aliados de tucanos acreditam que presidente **não estava preparado** para debate. (FSP, T2)
- **Surpreendido** pelo tom agressivo de Geraldo Alckmin (PSDB) no primeiro debate do segundo turno, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva reverá o programa para **estudar** seus erros. (FSP, T17)
- **Surpreendido**, Lula diz que Alckmin parecia 'delegado'. (FSP, T18)
- **Nervoso**, o petista cometeu uma gafe -na primeira participação, não deu boa noite aos telespectadores e foi direto para o **ataque** contra Alckmin, a quem acusou de usar "chavões". (FSP, T3)

## b) Marcas da mentira

- Alckmin diz que quis debater "**a mentirada**" (Globo, T21)
- Ainda sobre o seu desempenho, na porta do comitê, à tarde, o candidato tucano disse que fez questão de debater com Lula "**toda a mentirada**" que tem sido lançada contra sua candidatura nas últimas semanas. (Globo, T21)
- “Lula não pode achar que é normal essa **mentirada** toda que ele fala pelas costas”. (Globo, T21)
- “Ele não respondeu. Não disse se sabia ou não. E não fala a **verdade**”. (Globo, T11)
- “A **mentira** política não tem fim, está entranhada no PT e no Lula”. (Globo, T12)
- O tucano acusou o petista de **mentiroso**, omissos, fracos, de jogar responsabilidades nas costas de amigos, entre outros ataques. (Globo, T15)
- “Quanta **mentira**. Como o Lula mudou. As CPIs só saíram porque o Roberto Jefferson contou tudo”. (Globo, T15)
- O tucano devolveu as acusações e disse que Lula **mentiu**. (Globo, T15)
- “Quanta **mentira**. Como o Lula mudou. Veja, as CPIs só saíram porque o Roberto Jefferson falou para o Brasil, contou a verdade para o Brasil, senão ninguém estaria sabendo”. (Estadão, T13)
- “Quanta **mentira**. Como o Lula mudou. As CPIs só saíram porque o Roberto Jefferson denunciou”. (Estadão, T13)
- Alckmin acusou Lula de **mentir** ao dizer que ele privatizaria a Petrobras caso eleito e que acabaria com o Bolsa Família. “A **mentira** política é essa boataria de que eu vou acabar com o Bolsa Família”, disse. (FSP, T3)
- “Essa **mentirada** do Lula, pelas costas, de dizer que eu vou privatizar o Banco do Brasil, Correios, Petrobras, Caixa Econômica, que eu vou acabar com o Bolsa Família, tudo **mentira**”. (FSP, T19)
- “O Lula se omitiu, **mentiu** e perdeu”, disse o pefelista. (FSP, T19)
- Os dois candidatos se chamaram de levianos e o tucano ainda chamou o presidente de **mentiroso**. (Globo, T11)
- Lula pediu o direito de resposta depois que Alckmin afirmou que o presidente **mentiu** ao exibir em sua propaganda eleitoral imagens de aplausos ao presidente da ONU, Kofi Annan, como se fosse para o discurso do petista. (Globo, T11)
- E que teria **mentido** também por estar lançando boatos de que o PSDB acabaria com o Bolsa Família. (Globo, T11)

### c) Marcas de luta e questionamento

**Surpreendido** pelo tom agressivo do tucano, Lula mostrou nervosismo nos dois primeiros blocos do debate, quando Alckmin questionou a origem do “**dinheiro sujo**” apreendido com petistas para comprar um dossiê contra o PSDB. (FSP, T18)

- **Acusações** do começo ao fim. (Globo, T10)
- Lula e Alckmin se **acusam** e perguntas ficam sem resposta. (Estadão, T14)
- Poucas propostas, guerra de números e troca de **ataques** e provocações, que em alguns momentos quase terminou em bate-boca, marcaram o primeiro debate do segundo turno da eleição presidencial, na TV Bandeirantes. (Estadão, T13)
- O primeiro debate do segundo turno da eleição presidencial, ontem, teve poucas propostas e muitas **acusações**, algumas vezes quase chegando ao bate-boca. (Estadão, T14)
- O primeiro confronto direto entre o petista Luiz Inácio Lula da Silva e o tucano Geraldo Alckmin, que se enfrentam no segundo turno, foi duro, **com ataques**, troca de acusações desde a primeira pergunta e até ofensas. (Globo, T15)
- Até nos detalhes os dois se **atacam**: Alckmin fazia **ironias** com o fato de Lula ler as perguntas, e este o **acusava** de ter decorado respostas. (Globo, T15)
- Depois dos **xingamentos**, as comparações. (Globo, T16)
- Lula e Alckmin partem para o **ataque** no primeiro debate. (FSP, T1)
- Um dia após sofrer intensos **ataques** de Geraldo Alckmin (PSDB) no primeiro debate do segundo turno, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva buscou sair na defesa. (FSP, T18)
- Alckmin se diz ‘zen’, **acusava** Lula de **mentir** e **cobra origem do dinheiro**. (FSP, T19)
- No primeiro debate entre os dois na TV, Luiz Inácio Lula da Silva e Geraldo Alckmin foram incisivos na hora de se **atacar** um ao outro, mas evasivos no momento de explicarem questões espinhosas colocadas pelo adversário. (FSP, T20)
- **Ataques** de Alckmin a Lula, e de Lula a FH, marcam debate. (Globo, T9)
- Tucano cobra origem do **dinheiro do dossiê**; petista diz que fez mais que governo passado. (Globo, T9)
- “Candidato Lula, de onde veio o **dinheiro sujo** para comprar o dossiê fajuto?” (Globo, T9)
- “De onde veio o **dinheiro sujo**?” (Globo, T15)

- Quis saber: “De onde veio **o dinheiro sujo**?” para compra de um “dossiê fajuto”. (FSP, T1)
- O presidente é uma das pessoas mais bem-informadas do país. Então eu pergunto de onde **veio o dinheiro sujo**, o R\$ 1,7 milhão em dinheiro vivo para comprar o dossiê fajuto? (FSP, T1)
- Tucano pergunta sobre **dinheiro para dossiê**; petista diz que PSDB iniciou o valerioduto. (FSP, T1)
- “O Lula **fugiu** do debate no primeiro turno e ontem não respondeu de **onde veio o dinheiro** [para a compra do dossiê]” (FSP, T19)
- Candidato Lula, de onde veio **o dinheiro sujo**, R\$ 1,7 milhão em reais e dólares, para comprar o dossiê fajuto? (Globo, T15)
- De onde veio **o dinheiro sujo**, R\$ 1,7 milhão em reais e dólares, para comprar o dossiê fajuto? (Globo, T15)
- Lula cobrou o adversário sobre CPIs barradas em São Paulo e fez **ataques** ao governo Fernando Henrique Cardoso e comparações sobre iniciativas na área social. Também se irritou algumas vezes e disse que não é policial para saber **qual a origem do R\$ 1,7 milhão** com que petistas pretendiam comprar o dossiê Vedoin. (Estadão, T14)
- Candidato Lula, de onde vem **o dinheiro sujo**, o R\$ 1,7 milhão em dinheiro vivo, reais e dólares, para comprar um dossiê fajuto (dossiê Vedoin). (Estadão, T13)
- “Dá para o trabalhador viver 416 anos (com **o dinheiro apreendido** com petistas que comprariam o dossiê Vedoin), uma **fortuna**. O senhor não teve nem a curiosidade de perguntar pro seu churrasqueiro de **onde veio o dinheiro**”. (Estadão, T13)
- “O **dinheiro** foi pego no quarto do hotel com membros do PT. É só chamar seus amigos de 30 anos e perguntar (de **onde veio o dinheiro do caso do dossiê**)”. (Estadão, T13)

Foram identificadas três formações discursivas principais nas matérias analisadas dos três jornais: a) marcas de surpresa e despreparo; b) marcas da mentira e c) marcas de luta e questionamento.

Lula foi considerado como despreparado e mentiroso. O candidato-presidente, nas matérias analisadas, aparece como alguém que não teve condições de responder ao adversário que por isso se saiu melhor no enfrentamento. Os jornais registram as mesmas interpretações do evento. As matérias são muito parecidas e o enquadramento<sup>48</sup> adotado é praticamente o

---

<sup>48</sup>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

mesmo. Como já destacado anteriormente as notícias são produtoras de sentidos e com a reiteração de determinadas palavras pode-se alcançar efeitos, calculados ou não, sobre o imaginário do leitor.

Fica claro ao se observar as seqüências discursivas retiradas das matéria, dos jornais de maior referência no país, que a cobertura foi positiva para Alckmin e extremamente negativa para Lula. Ao destacar repetidas vezes o questionamento de Alckmin sobre o dinheiro do Dossiê Vedoin, os jornais salientam um tema que além de ser delicado para Lula é apontado como um dos motivos do segundo turno.

Outro aspecto da cobertura é a intenção de igualar a postura de agressividade de ambos os candidatos. Isso ocorre quando todas as manchetes salientam que ocorreram ataques, xingamentos e acusações. Assistindo-se ao debate, constata-se que os ataques foram em bem maior número originados por Alckmin. Ao candidato-presidente restou defender-se e tentar rebater as críticas do adversário.

Para Rovai (2007, p. 127), 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 vencera o debate” (p. 127).

O primeiro debate entre Lula e Alckmin foi o que mais repercutiu na mídia impressa. É interessante observar que apesar da cobertura do debate ter favorecido o candidato opositorista, isso não reverteu-se em vantagem para ele na disputa. Foi a partir do debate na TV Bandeirantes que Alckmin começou a descer nas pesquisas.

### 6.6.3 Repercussão na Internet

O primeiro debate entre Lula e Alckmin foi acompanhado bloco a bloco pelos principais portais do país Uol, Terra e G1. Os sites dos grandes jornais do país também

---

da notícia’ o ponto de vista adotado pelo texto noticioso que destaca certos elementos de uma realidade em detrimento de outros”.

acompanharam o evento em “tempo real”. Os mais variados “blogs” emitiram opiniões e análises do encontro.

O relato do jornalista Ricardo Noblat (2007b), em seu blog no dia 10 de outubro de 2006 é um exemplo do interesse dos internautas pelo debate. Noblat destaca o recorde<sup>49</sup> de acessos do blog a uma nota ocorrido 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, observa-se que na maioria observada os comentários não ultrapassam 50.

No “blog” do jornalista Josias de Souza (2007b) o título da nota postada às 00h58min do dia 9 de outubro era: “Alckmin venceu o debate com Lula por um ponto: '?'”. A nota obteve 963 comentários. O jornalista apresentou um resumo do debate com links para matérias da Folha Online, onde o blog está hospedado, que também repercutiu o debate.

Mais alguns exemplos são ilustrativos. O jornalista Luiz Weis, em comentário no site do Observatório da Imprensa (2006)<sup>50</sup>, 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, na mesma data, observa que “foi um debate animado sob o ponto de vista do espetáculo, mas não foi um

---

<sup>49</sup>Segundo Noblat “no ritmo que vamos, bateremos no mês em curso a terceira maior audiência registrada por este blog desde que foi ao ar pela primeira vez em março de 2004”. Ele conta que “a maior audiência foi em agosto do ano passado (2005) em plena crise do escândalo do mensalão - 1.907.372 IPs ou visitantes únicos. A segunda maior audiência foi em setembro do ano passado -1.690.331. A terceira foi em setembro último - 1.487.029”. Fechamos o nono dia deste mês (outubro) com 661.841 IPs. Somente ontem foram 100.800. No dia do primeiro turno da eleição, 107.133”.

<sup>50</sup>A vidraça e o estilingue, Postado por Luiz Weis em 9 de out de 2006 às 8:16:28 AM e Debate na Band: espetáculo em formato de tiroteio. Por Alberto Dines em 9 de out de 2006. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/blogs>>. Acesso em: 10 de out. de 2006.

debate proveitoso sob o ponto de vista do eleitor”. Para ele o formato do debate “tornou-o muito fragmentado”. Dines 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”.

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”.

### **6.7 Principais Marcas da Repercussão**

O primeiro debate entre Lula e Alckmin obteve grande repercussão em diferentes meios de comunicação. Destacou-se, aqui, apenas uma pequena parte das notícias, análises e comentários publicados sobre o encontro. Um dos fatos mais evidenciados na cobertura sobre o debate foi a mudança de comportamento de Alckmin. Porém, o que mais chamou a atenção da mídia, sendo manchete em todos os principais jornais brasileiros, conforme visto anteriormente foi o aspecto agressivo do encontro.

Analisar qual a influência de uma cobertura jornalística, sem um estudo de recepção como base, é de fato uma tarefa arriscada e complexa. Porém, algumas observações são possíveis. Inicialmente, verifica-se que a cobertura foi muito semelhante em todos os veículos. Guardadas as devidas proporções, já que evidentemente o debate da TV Bandeirantes não repercutiu nos telejornais da TV Globo, a repercussão foi significativa. Muitos eleitores que não assistiram ao debate tomaram conhecimento do encontro, dentre outros espaços, através das manchetes dos jornais estampadas em milhares de locais espalhados pelos estados do país. A informação que chegou a esses leitores/eleitores foi de um debate em que os candidatos apenas se atacaram.

A análise das matérias veiculadas nos jornais permite se observar que a cobertura seria prejudicial para Lula. Diante do cenário eleitoral que se formou após a realização do encontro



percebe-se que apesar de ter sido apresentado como “perdedor” na cobertura da mídia o candidato-presidente acabou vitorioso nas urnas. Não é possível mensurar o efeito da repercussão do debate junto ao eleitor, mas conforme os dados apresentados pode-se entender que de alguma forma esse eleitor foi informado que um debate entre Lula e Alckmin aconteceu.

Identifica-se através do gráfico, apresentado anteriormente, que foi a partir do debate na TV Bandeirantes que Lula começou a distanciar-se de Alckmin nas pesquisas de opinião. Não se defende que o debate sozinho foi capaz de alterar tão significativamente o quadro eleitoral, mas acredita-se que o encontro contribuiu para o crescimento de Lula e a queda de Alckmin. Ao alterar bruscamente sua postura o adversário de Lula fragilizou ainda mais uma identidade que não havia conseguido sedimentar durante toda a campanha eleitoral. O candidato-presidente, por sua vez, conta com um inegável carisma capaz de ajudá-lo a proteger-se de todas as denúncias e acusações que o cercaram durante o processo eleitoral.

Ao somar-se o desenvolvimento do debate e a repercussão deste, nos diferentes meios de comunicação, observa-se que podem ter provocado no eleitor um sentimento de solidariedade em relação a Lula. Já Alckmin ao apresenta-se de forma tão diferenciada da adotada na campanha no primeiro turno pode além de ter confundido o eleitor ter despertado uma certa desconfiança. O formato do debate com temas livres, em todos os blocos, possibilitou que ocorresse a reincidência de temas, com isso Alckmin talvez tenha exagerado um pouco na questão do “Dossiê Vedoin”. Apesar de aparentar estar melhor preparado para o debate, pois sua participação foi segura e tranqüila Alckmin equivocou-se na estratégia adotada. Lula por sua vez ao recuperar-se da surpresa com a mudança de postura do adversário conseguiu nos blocos finais um desempenho mais equilibrado.

Unindo-se debate e repercussão obtém-se um resultado que num primeiro momento mostrava-se favorável a Alckmin. Porém, os desdobramentos provaram que o beneficiado com o encontro e com a cobertura da mídia na realidade foi Lula. A repercussão do debate, no HGPE dos candidatos ajuda a corroborar essa tese. Foi Lula quem mais utilizou trechos do debate em sua propaganda quatro dias depois de sua realização. Alckmin, já ciente que seu desempenho no encontro lhe tinha sido desfavorável, fato evidenciado através das pesquisas de opinião, repercute o debate minimamente em seu primeiro programa do segundo turno.

## 7 ANÁLISE FINAL

Cada um com suas especificidades, os debates da Cadeira Vazia e do Combate, entre Lula e Alckmin, atraíram atenção e destacaram-se dos demais realizados durante a disputa presidencial. Os dois foram centrais na campanha eleitoral. A partir da análise dos encontros e da repercussão dos mesmos, na mídia, pode-se constatar a relevância que tiveram no cenário eleitoral da disputa presidencial de 2006.

Depois do último debate entre Lula e Collor, em 1989, cuja atuação dos candidatos e a repercussão no Jornal Nacional são apontadas como fundamentais para o resultado daquela eleição, arrisca-se a dizer que o debate da cadeira vazia adquire proporções semelhantes. O encontro em que os candidatos puderam fazer perguntas ao ausente ficará marcado na história política brasileira, não só por isso, mas pelos desdobramentos ocorridos posteriormente. Tudo, nesse debate, ocorreu em torno do candidato ausente. Até a atuação dos presidenciáveis presentes foi inusitada. Especula-se que houve uma combinação, acertada antes do debate, entre os três, para concentrarem as críticas no candidato-presidente caso se confirmasse sua ausência.

Nesse debate, o mediador ocupou posição de destaque. Bonner, com a credibilidade que o cargo de apresentador e editor-chefe do Jornal Nacional lhe confere, foi uma autoridade constituída no encontro. Os candidatos e a platéia obedeciam aos comandos do jornalista e esperavam dele a aprovação para suas intervenções no debate. O que podia ter sido um debate sem expressão transformou-se no principal acontecimento midiático da campanha, no primeiro turno, com a instituição da cadeira vazia que personificava Lula no debate.

A candidatura de Lula não poderia supor que a ausência no debate viesse a ter tanto peso na campanha eleitoral. Baseado nas pesquisas de opinião pública internas e as divulgadas pela mídia, Lula optou pelo que parecia, no momento, abalar menos sua perspectiva de vitória no primeiro turno. Ledo engano o do candidato-presidente. Os processos televisivos desenvolvidos durante o debate tiveram claro objetivo de produzir um sentido, o de construir o “corpo do candidato”, justificando a existência de um embate que para a TV Globo teria de acontecer de qualquer maneira.

Bonner ao entrar, ao vivo, do estúdio onde se daria o encontro, na edição do Jornal Nacional pouco antes do evento, salientado que a "a Rede Globo lamenta profundamente a decisão do candidato Lula. Lamenta também profundamente que ela tenha sido anunciada apenas às 7 horas da noite", já dava pistas de que a emissora não aceitaria a recusa passivamente. Tudo já estava planejado desde a inclusão nas regras de perguntas a um candidato ausente. Os quatro telejornais da TV Globo, como se viu, foram utilizados para reforçar a reprovação à ausência do candidato.

Ao somar-se à repercussão nos jornais, internet e televisão com a edição de imagens e intervenções dos candidatos no debate, observa-se que a ausência de Lula adquiriu proporções incalculáveis junto ao eleitor. Segundo alguns analistas políticos, a partir da recusa do candidato-presidente em participar dos debates, no primeiro turno, muitos eleitores decidiram alterar seus votos com a intenção de "castigá-lo". Considerando-se que os jornais e telejornais analisados têm relevância nacional com tiragens expressivas e grande audiência, alguns em horários nobres da televisão brasileira, conclui-se que contribuíram para a formação da opinião pública em relação a ausência de Lula no debate.

Primeiro evento do segundo turno da eleição presidencial, o debate entre Lula e Alckmin, na TV Bandeirantes, é também elemento importante na disputa eleitoral. Realizado dias antes do início da propaganda eleitoral no segundo turno, o debate guarda características próprias. É o primeiro evento em que um presidente em exercício no Brasil comparece. A partir de sua realização, Lula recobrou o crescimento nas pesquisas e seu adversário amargou uma queda sucessiva, levando-o a protagonizar um fato raro no retrospecto eleitoral brasileiro<sup>51</sup>. Alckmin terminou o primeiro turno com 39,9 milhões de votos. Fechou a campanha do segundo turno com 37,5 milhões, o que significa uma perda de 2,4 milhões.

Foi um debate de grande repercussão na mídia impressa. A TV Globo não tomou conhecimento do debate realizado na outra emissora. O debate ficou marcado como o mais acirrado da história dos debates realizados em campanhas presidenciais. Nem o debate entre

---

<sup>51</sup>Segundo o diretor do instituto Vox Populi João Francisco Meira, em entrevista ao site G1, Alckmin acabou perdendo os votos dos que queriam um segundo turno e ainda não conseguiu absorver os votos dos candidatos derrotados no primeiro turno. "Foi um problema de comunicação da campanha. Ele teve dificuldade em se tornar familiar ao eleitor. O retrospecto eleitoral mostra que houve apenas um caso de candidato que teve menos votos no segundo turno do que no primeiro no Brasil. Foi na disputa pela Prefeitura de Belo Horizonte, em 1998. Naquela eleição, Amílcar Martins (PSDB) chegou ao segundo turno em primeiro lugar, mas acabou tendo menos votos ao perder para Célio Castro (PSB). De acordo com Meira, a diferença desse caso em

Lula e Collor foi tão agressivo. Alckmin resolveu investir pesado no evento e apresentou-se com uma postura totalmente diferente da adotada no primeiro turno. Apelidado de “picolé de chuchu” por alguns setores da mídia resolveu alterar seu comportamento. Apostou tudo e perdeu. Não se pode afirmar que a agressividade de Alckmin, no debate, tenha sido uma das causas para a sua derrota, mas sabe-se que uma das regras básicas do *marketing* é não bater demais no adversário, pois o eleitor pode vir a considerá-lo vítima e solidarizar-se.

Cabe ressaltar que é difícil comparar a atuação do mediador, Boechat, sob diversos aspectos a de seu colega de profissão Bonner. O formato do debate, por si só, já confere um status diferente ao mediador na TV Bandeirantes. Ele ficava entre os candidatos, não ostentava uma posição autoritária, inclusive não conseguiu fazer com que os candidatos e a platéia cumprissem as regras pré-estabelecidas. Não se considera que isso tenha pesado no desenvolvimento do debate. A observação é feita com o objetivo de salientar as diferenças expressivas entre os papéis desempenhados por Boechat e Bonner.

Alckmin contou com uma cobertura que o considerou vitorioso no debate, conforme a análise realizada nas matérias dos principais jornais do país. Depois de ver sua postura agressiva criticada Alckmin retoma, a partir do debate no SBT, a postura anterior. Na verdade, já no primeiro programa eleitoral do segundo turno no HGPE na TV, ele reconheceu o erro de estratégia. Tanto que diminuiu o tom e não apresentou no programa trechos em que aparecia criticando Lula.

Dois gráficos foram construídos com o objetivo de demonstrar os principais fatos ocorridos durante a campanha eleitoral e a aposição dos quatro principais candidatos durante o período. Os gráficos expressam os índices dos candidatos em pesquisas do instituto Datafolha, os demais institutos Ibope, CNT/Sensus e Vox Populi apresentaram dados semelhantes quanto aos percentuais dos candidatos no período expresso nos gráficos.

---

relação ao de Alckmin é que tanto Amílcar Martins quanto Célio Castro eram relativamente desconhecidos do eleitorado. Carneiro (2007).

Gráfico 1 – Primeiro Turno da Eleição 2006

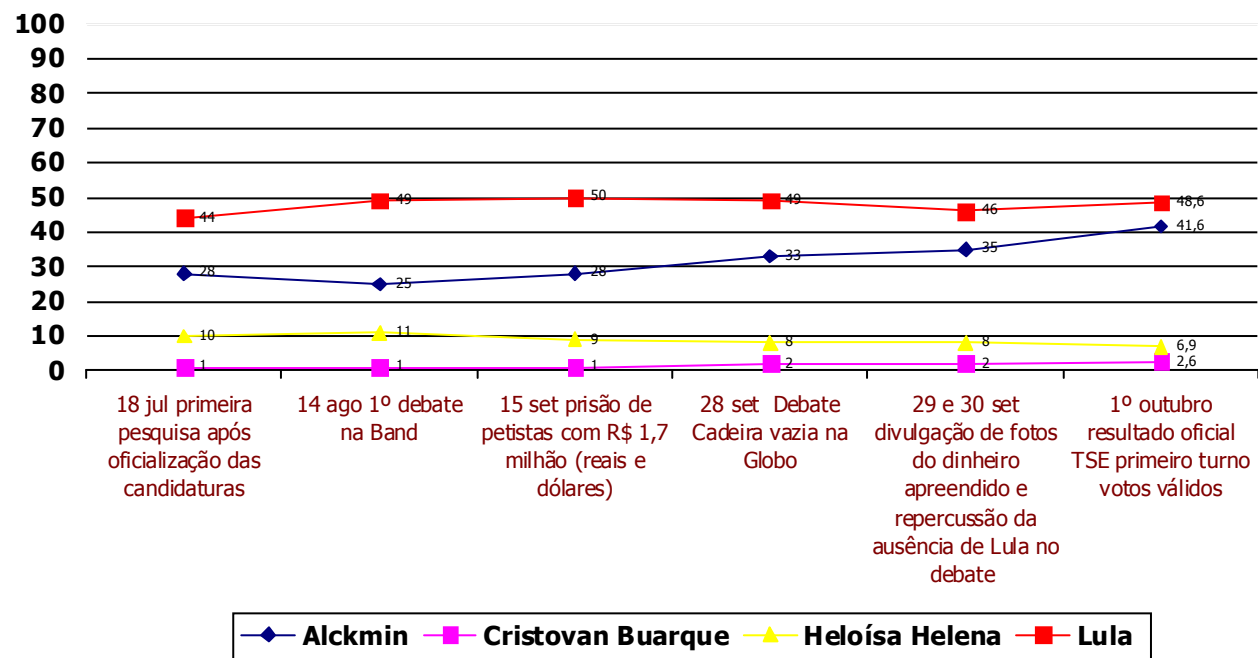
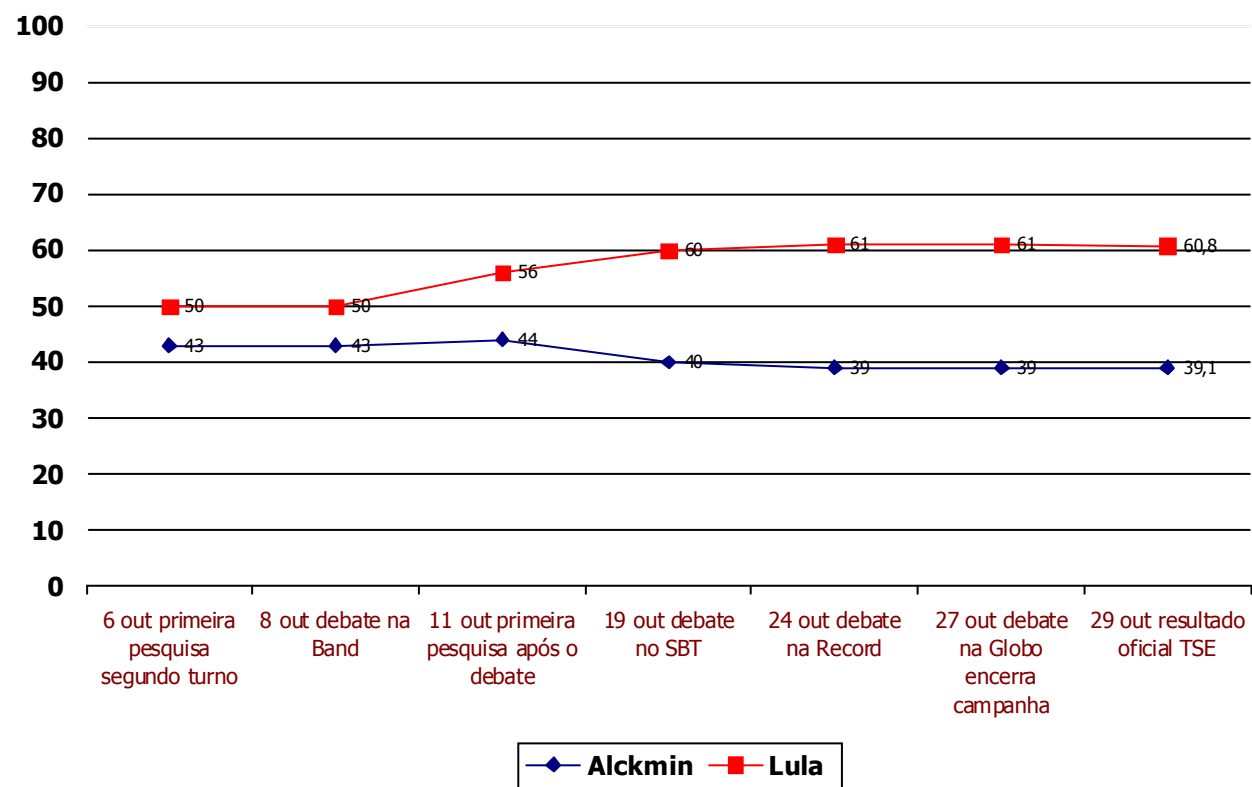


Gráfico 2 – Segundo Turno da Eleição 2006



## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A campanha presidencial, em 2006, foi sem dúvida a mais midiaticizada. Prova da crescente participação dos meios de comunicação no processo eleitoral brasileiro. Desde 1989, quando o país retornou ao ciclo democrático, as disputas eleitorais têm sofrido influência do campo midiático. Seja por participação efetiva ou omissão no processo eleitoral. Já foi destacado anteriormente que depois da eleição de Fernando Collor de Mello as relações entre política e mídia jamais foram as mesmas no país.

Verifica-se que as práticas políticas na sociedade contemporânea estão profundamente influenciadas por elementos que são externos, gerados em outro campo, o midiático, o que demanda uma nova configuração da relação entre os campos. Com a super exposição, principalmente durante o período eleitoral, outra preocupação torna-se central para os atores políticos, a imagem pública. Para formar e manter uma imagem pública positiva é preciso ter acesso à opinião pública. Atualmente, existem vários espaços onde ocorrem manifestações que contribuem para a formação da opinião pública. Porém, nenhum outro pode ser comparado ao espaço midiático.

Nesse cenário, a televisão é a mídia mais cobiçada pelo sujeito político, ela está presente em mais de 90% das residências brasileiras, sendo a principal fonte de informação. Visando utilizar esse espaço privilegiado da melhor forma possível os candidatos investem na produção de programas para o HGPE, na TV. As campanhas profissionalizam-se e desenvolvem estratégias de *marketing* para persuadir o eleitor e conquistar o voto. A cada eleição crescem os recursos investidos pelas candidaturas. Em 2006, somados os recursos declarados pelas candidaturas de Lula e Alckmin chegam a mais de R\$ 150 milhões. A maior parte desses valores é gasto com a produção de programas para o rádio e principalmente para a TV.

Porém, a campanha eleitoral não ocorre apenas no espaço do HGPE. Ela desenvolve-se em lugares outros não dominados pelas candidaturas. Um desses espaços é o do jornalismo. Detentor de um papel fundamental e estratégico, em uma sociedade democrática, o jornalismo, ao definir, o que será notícia decide o que o público deve ou não saber. Trata-se de um lugar onde circulam e são produzidos sentidos, Benetti (2007).

Durante o período eleitoral a função da imprensa de “vigilante da democracia” Weber (2006), fica mais latente. É através do jornalismo que os fatos adquirem notoriedade e dimensão pública. Relações de poder circundam o jornalismo. Seu principal produto, a notícia é construída sob influência de diversos fatores entre eles os econômicos, ideológicos, culturais e a perspectiva do jornalista.

As discussões sobre o papel dos meios de comunicação, no processo eleitoral, não perderam força, em 2006, ao contrário ganharam espaço. Especulasse e alguns afirmam, Lima (2007), que Lula não era o candidato preferido pelos grandes grupos de mídia do país. Foi uma eleição cujo resultado, reeleição de Lula, contrariou todas as expectativas de analistas políticos e críticos. Motta (2006) considera que a mídia, nesta eleição, optou por um lado, apostou na queda de Lula e perdeu. Para o autor, isso demanda a investigação de seu papel em uma sociedade democrática.

O Governo Lula enfrentou uma crise iniciada, em 2005, que estendeu-se por toda a campanha presidencial de 2006. Os escândalos dos “Correios”, “mensalão”, “sanguessugas” e “Dossiê Vedoin” provocaram várias e importantes perdas na administração e na campanha do candidato-presidente. Apesar de tudo, Lula mantinha-se favorito e à frente de todos os adversários, segundo as pesquisas. O cenário mantinha-se estável e nada parecia poder abalar a recondução do petista ao Palácio do Planalto. Nem mesmo a prisão de dois integrantes do PT, há duas semanas do primeiro turno, 15 de setembro de 2006, com R\$ 1,7 milhão (entre notas de real e dólar), supostamente para comprar um dossiê com informações que poderiam prejudicar José Serra, então candidato do PSDB ao governo do Estado de São Paulo, não foi capaz de alterar as previsões de vitória de Lula. O principal candidato de oposição, Alckmin (PSDB), dedica a maior parte de seu programa eleitoral no HGPE ao fato do dinheiro apreendido, cobra diariamente que o valor seja publicizado.

Mas o que parecia estar definido altera-se quando dois fatos novos acontecem, a ausência de Lula no debate promovido pela TV Globo e a aparição das fotografias do dinheiro apreendido com os petistas. No dia seguinte à realização do debate, o Jornal Nacional dedica a maior parte de sua edição aos dois acontecimentos. A soma da ausência e a publicização das fotos são os episódios apontados como os principais causadores do segundo turno da eleição.

Os debates televisivos surgem, então, nesse contexto como formatos importantes para o processo eleitoral. Organizados em maior número na eleição presidencial de 2006, eles



ocuparam espaço significativo na disputa eleitoral. Já consolidados em outros países, os debates televisivos no Brasil são uma prática recente. Talvez, por esse motivo, não existam, ainda, muitos estudos voltados para a investigação desse tipo de evento e sua relevância para a comunicação e a política.

Os debates são eventos que extrapolam sua realização em si. Repercutem em espaços outros e mobilizam candidaturas e mídia. São acontecimentos que atraem a atenção da mídia e dos eleitores. Eles preenchem os requisitos necessários, critérios de noticiabilidade e valores notícia, por isso ocupam espaço de destaque sendo manchetes nos principais veículos de comunicação do país. Os dois debates analisados, nesta pesquisa, são os que mais ocuparam espaço na mídia, conforme ficou demonstrado nas análises.

Como se pode constatar, através das análises, os debates televisivos mobilizam as campanhas, geram alterações de estratégias, demandam planejamento e investimento das emissoras que os promovem. Constituem-se em produtos midiáticos totalmente diferentes dos programas da propaganda eleitoral na TV (HGPE), pois o candidato não domina esse espaço. Durante os debates, onde tudo acontece ao vivo, as fraquezas e limitações estão à mostra, é mais difícil encobrir traços da personalidade que são disfarçados, ou omitidos em outras circunstâncias como nos programas eleitorais em que existe a opção de se refazer um discurso quantas vezes forem necessárias.

Iniciou-se esta pesquisa acreditando-se que os debates políticos televisivos apresentam-se em uma campanha eleitoral como espaços estratégicos de visibilidade política. Os resultados obtidos nas análises realizadas demonstram o quanto esses encontros entre os candidatos são fundamentais no processo eleitoral. Para os candidatos, além de oportunizar a divulgação das propostas, possibilita que isto ocorra em um ambiente que possui a credibilidade que o HGPE não tem. As emissoras, por sua vez, lucram com sua organização e também cumprem seu “papel cívico” junto aos eleitores, Fausto Neto (2003). Os eleitores podem, através dos debates, conhecer um pouco melhor os candidatos e seus projetos. Pesquisas atestam a relevância dos debates para os eleitores, que os consideram como fonte primordial de informação.

Diante do exposto, acredita-se que os debates analisados expressam a importância destes eventos para a relação mídia, política e eleitor. Os dois debates tiveram caráter demarcador na eleição presidencial de 2006. Tornaram-se elementos fundamentais na disputa

eleitoral, cada um com suas particularidades e com efeitos distintos, mas inegavelmente com papel relevante no processo eleitoral brasileiro. Admitir esse fato significa reconhecer, entre outras coisas, que o fazer político é afetado, atualmente e, talvez, irreversivelmente, pela midiatização.

## REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA GLOBO. Cristovam, Alckmin em estúdio do Projac. 2006. 1 Fotografia. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Eleicoes/0,,AA1290678-6282-433,00.html>>. Acesso em: 18 de dez. de 2007.
- ALBUQUERQUE, Afonso de. **Aqui Você Vê a Verdade na Tevê** - A propaganda política na televisão. Niterói: MCII, 1999.
- ALBUQUERQUE, Afonso de. Propaganda Política e Eleitoral. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org). **Comunicação e Política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.
- ALMEIDA, Jorge. Serra e a Mudança: um discurso fora do lugar de fala. In RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil**: ensaios sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004.
- AMARAL, Ricardo. Lula encerra dia de suspense dizendo “NÃO” ao debate. **G1**. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,AA1290582-5598,00.html>>. Acesso em: 20 de jan. de 2008.
- ARENDT, Hannah. **A Vida do Espírito**: o pensar, o querer, o julgar. Rio Janeiro: Relume Dumará, 1993.
- AZEVEDO, Fernando Antônio. Agendamento da Política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org). **Comunicação e Política**: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004.
- BALDISSERA, Rudimar. **Imagem-conceito**: anterior à comunicação, um lugar de significação. 2004. 295f. Tese (Doutorado em Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do RS, Porto Alegre, 2004.
- BARBOSA, Bia; MARINGONI, Gilberto. Repórter da TV Globo denuncia parcialidade na cobertura das eleições de 2006. **Carta Maior**. Disponível em: <[http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia\\_id=13171](http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaMostrar.cfm?materia_id=13171)>. Acesso em: 19 de dez. de 2006.
- BARROS FILHO, Clóvis; COUTINHO, Marcelo; SAFATLE, Vladimir. Os usos das novas mídias na campanha presidencial de 2006. In: LIMA, Venício Artur de (Org). **Mídia nas eleições de 2006**, São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.
- BENETTI, Marcia. **A Ironia Como Estratégia Discursiva da Revista Veja**. In: Compós, 16, 2007, Curitiba. Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo, Curitiba, jun. de 2007a.
- BENETTI, Marcia. Análise do Discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Org). **Metodologias de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007b.

BERGAMO, Marlene. Debate 3. 2006. **Folha Imagem**. 1 Fotografia. Disponível em: <[http://eleicoes.uol.com.br/2006/album/060815\\_album.jhtm](http://eleicoes.uol.com.br/2006/album/060815_album.jhtm)>. Acesso em 20 de out. de 2006.

BERGAMO, Marlene. Geraldo Alckmin e Luiz Inácio Lula da Silva olham-se antes do início do debate. 2006. **Folha Imagem**. 1 Fotografia. Disponível em: <[http://eleicoes.uol.com.br/2006/album/061027\\_debate\\_album.jhtm?abrefoto=1](http://eleicoes.uol.com.br/2006/album/061027_debate_album.jhtm?abrefoto=1)>. Acesso em: 30 de mar. de 2007.

BERGAMO, Marlene. Debate na TV Gazeta 1. 2006. **Folha Imagem**. 1 Fotografia. Disponível em: <[http://eleicoes.uol.com.br/2006/album/060914\\_album.jhtm?abrefoto=1](http://eleicoes.uol.com.br/2006/album/060914_album.jhtm?abrefoto=1)>. Acesso em 20 de jan. de 2008.

BERGER, Christa. A Reestruturação da Política em Tempos Midiáticos. **Revista Intexto**, n. 1, 1997. Disponível em: <<http://www.intexto.ufrgs.br/>>. Acesso em: 20 de out. de 2006.

BOM DIA BRASIL. Palco da democracia. **Jornalismo**. 2006. Disponível em: <http://bomdiabrasil.globo.com/Jornalismo/BDBR/0,,AA1289151-3682,00.html>. Acesso em: 20 de out. de 2007.

BOM DIA BRASIL. Lula não Comparece ao Debate. Disponível em: <http://bomdiabrasil.globo.com/Jornalismo/BDBR/0,,AA1290821-3682,00.html>. Acesso em 20 de out. de 2007b.

BOM DIA BRASIL. Em Compromisso de Campanha. Disponível em : <<http://bomdiabrasil.globo.com/Jornalismo/BDBR/0,,AA1290865-3682,00.html>>. Acesso em: 20 de out. de 2007c.

BOURDIEU, Pierre. A Opinião Pública não Existe. **Questões da Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

CARNEIRO, Fausto. Em Fato Raro, ALCKMIN Recebe Menos Votos do que no 1º Turno. **G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Eleicoes/0,,AA1330734-6282-3689,00.html>>. Acesso em: 20 de fev. de 2007.

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a Opinião**: o novo jogo político. Petrópolis: Vozes, 1998.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2006a.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006b.

DAYAN, Daniel. e KATZ, Elihu. **A História em Directo**: os acontecimentos mediáticos na televisão. Coimbra: Minerva, 1999.

FAUSTO NETO, Antônio. **O Impeachment da Televisão: como se cassa um presidente**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

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, 2006.

ESTADO DE SÃO PAULO, O. Lula não Aparece e Vira Alvo de Candidatos em Debate. Disponível em: <<http://www.estado.com.br/editorias/2006/09/29/>>. Acesso em: 04 de mar. de 2008

FERREIRA, Giovandro Marcus. Apontamentos sobre as propriedades do campo de produção jornalístico, **Pauta Geral**, Salvador, v. 9, n. 4, 2002.

FIORI, Mylena. TSE julga amanhã contas de campanha de Lula. **Agência Brasil**. Disponível em: <<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2006/12/04/materia.2006-12-04.1372700751/view>>. Acesso em: 22 de mar. de 2007.

FOLHA ONLINE. Debate entre Lula e Ackmin mobiliza assessores e partidários em emissora de televisão em São Paulo. 1 Fotografia. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u84901.shtml>>. Acesso em: 17 de fev. de 2008.

GUARESCHI, Pedrinho. Rede Globo e as eleições. **FENAJ**. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=1336>>. Acesso em: 12 de dez. de 2006.

GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

G1.Troca de Acusações Marca Debate Entre Lula e Alckmin.Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Eleicoes/0,,AA1303323-6282,00.html>. Acesso em 20 de jan. de 2008.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HAGEN, Sean. A Construção do Sentido Simbiótico Entre o Jornal Nacional e Willian Bonner. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 18, dez. de 2007.

IBOPE. Lula lidera intenções de voto para as eleições presidenciais em 2006. Disponível em: <[http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa\\_leitura&docid=480A13CFF248FC45832570FC007C745C](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa_leitura&docid=480A13CFF248FC45832570FC007C745C)>. Acesso em: 20 de jan. de 2006a.

IBOPE: Lula lidera intenção de voto para presidente com 44% das intenções de voto e demais candidatos totalizam 38%. Disponível em:

<[http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa\\_leitura&docid=C1FF192928C83072832571B7005454B7](http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=pesquisa_leitura&docid=C1FF192928C83072832571B7005454B7)>. Acesso em: 25 de jul. de 2006b.

JORNAL DA GLOBO. Bastidores do Debate. Disponível em:

<<http://jg.globo.com/JGlobo/0,19125,VTJ0-2742-20060928-244807,00.html>>. Acesso em: 20 de out. de 2007.

JORNAL HOJE. Debate Entre candidatos à Presidência. Disponível em:

<<http://jornalhoje.globo.com/JHoje/0,19125,VJS0-3076-20060928-244734,00.html>>. Acesso em 20 de out. de 2007a.

JORNAL HOJE. Debate dos Presidenciáveis. Disponível em:

<<http://jornalhoje.globo.com/JHoje/0,19125,VJS0-3076-20060929-244924,00.html>>. Acesso em: 20 de out. de 2007b.

JORNAL NACIONAL. Debate Presidencial. Disponível em:

<<http://jornalnacional.globo.com/Jornalismo/JN/0,,AA1291924-3586,00.html>>. Acesso em 20 de out. de 2007a.

JORNAL NACIONAL. O Dia dos Candidatos. Disponível em:

<<http://jornalnacional.globo.com/Jornalismo/JN/0,,AA1291932-3586,00.html>>. Acesso em 20 de out. de 2007b.

LIMA, Lucas. Lula e Alckmin debateram corrupção no primeiro bloco. **Terra Notícias**. 1 Fotografia. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/eleicoes2006/interna/0,,OI1201926-EI6652,00.html>>. Acesso em: 20 de jan. de 2008.

LIMA, Lucas. Lula e Alckmin se cumprimentaram antes do embate na Record. 2006. **Terra Notícias**. 1 Fotografia. Disponível em:

<<http://noticias.terra.com.br/eleicoes2006/interna/0,,OI1208099-EI6652,00.html>>. Acesso em: 27 de jan. de 2007.

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

LIMA, Venício Artur de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

LIMA, Venício Artur de (Org). **Mídia nas Eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

LOURENÇO, Luiz Cláudio. **Abrindo a Caixa-Preta: da indecisão à escolha, A eleição presidencial de 2002**. 2007. 319f. Tese (Doutorado em Ciências Políticas e Sociologia) – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

LUYTEN, Joseph M., KUNTZ, Ronald A. **Marketing Político**: a eficiência a serviço do candidato. São Paulo: Global, 1982.

MACHADO, Maria Berenice da Costa. **O Duelo Final**: Collor x Lula: um estudo da eficácia do confronto político na televisão durante as eleições de 1989 no Brasil. 1991. 127 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1991.

MAIA, Rousiley. **Política Deliberativa e Tipologia de Esfera Pública**. In: Compós, 15, São Paulo. Grupo de Trabalho Comunicação e Política, São Paulo, jun. de 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

MANHANELLI, Carlos Augusto. **Eleição é Guerra**: marketing para campanhas eleitorais. São Paulo: Summus, 1992.

McCOMBS, Maxwell, SHAW, Donald. A função do agendamento dos media. In: TRAQUINA, Nelson, (Org). **O Poder do Jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Lisboa: Veja, 1993.

MIGUEL, Luis Felipe. A descoberta da política: A campanha de 2002 na Rede Globo. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas. **Eleições Presidenciais em 2002 no Brasil**: Ensaio sobre mídia, cultura e política. São Paulo: Hacker 2004.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Debates Salvam Campanha e Esvaziam Programas Eleitorais. **Mídia & Política**, Disponível em:  
<<http://www.midiaepolitica.unb.br/visualizar.php?id=192&autor=Luiz%20Gonzaga%20Motta>>, Acesso em: 12 de out. de 2006a.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Notícias do fantástico**: jogos de linguagem na comunicação jornalística. São Leopoldo: Unisinos, 2006b.

MUNARI, Carmen. Ausência de Lula leva monotonia a debate da TV Gazeta. **UOL Últimas Notícias**. 2006. Disponível em:  
<<http://noticias.uol.com.br/ultnot/internacional/2006/09/14/ult27u57767.jhtm>>. Acesso em: 20 de jan. de 2008.

NOBLAT, Ricardo. Pernambuco: Eduardo mais perto do segundo turno. **O Globo Online Blog**. Disponível em:  
<[http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?a=111&cod\\_blog=129&palavra=&pagAtual=2%20&periodo=20060929](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=2%20&periodo=20060929)>. Acesso em: 18 de dez. de 2007.

NOBLAT, Ricardo. Se arrependimento matasse. **O Globo Online Blog**. Disponível em:  
<[http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?a=111&cod\\_blog=129&palavra=&pagAtual=34%20&periodo=200610](http://oglobo.globo.com/pais/noblat/default.asp?a=111&cod_blog=129&palavra=&pagAtual=34%20&periodo=200610)>. Acesso em: 18 de jun. de 2007b.

ORLANDI, Eni. **Discurso & Leitura**. São Paulo: Cortez 1988.

ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 1999.

PADIGLIONE, Cristina. Lula X Alckmin = Lula X Serra na audiência percentual. 24 de out. de 2006. **Estadão: Blogs**. 2006. Disponível em: <<http://blog.estadao.com.br/blog/padiglione/?blog=16&cat=202&page=1&disp=posts&paged=2>>. Acesso em: 20 de out.2006a.

PADIGLIONE, Cristina. Alcance do Debate Surpreende. **Estadão: Blogs**. 29 de jun. de 2006. Disponível em: <<http://blog.estadao.com.br/blog/padiglione/?blog=16&cat=202&page=1&disp=posts&paged=3>>. Acesso em: 20 de out. 2006b

PINTO, Milton José. **Comunicação e Discurso**. São Paulo: Hacker 1999.

PORCELLO, Flávio. **Mídia e Poder: o que esconde o brilho luminoso da TV. Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 31, dez. de 2006.

PORCELLO, Flávio. **Comunicação, TV e Poder no Brasil: *Fait divers***, Discurso e Ideosfera: um olhar sobre as eleições de 2002. 2004. 200f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do RS, Porto Alegre, 2004.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.) **Jornalismo: questões, teorias e ‘estórias’**. Lisboa: Veja, 1993.

RODRIGUES, Fernando. Lula se beneficia na situação de vítima, diz publicitário João Santana. **Folha Online**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u86328.shtml>>. Acesso em: 12 de jan. de 2007.

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

RUBIM, Antonio Albino Canelas. As Imagens de Lula Presidente. In: FAUSTO NETO, Antônio, VERÓN, Eliseo (Orgs). **Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker, 2003.

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

RUBIM, Antônio Albino Canelas; COLLING Lenadro. **Mídia, Cultura e Eleições Presidenciais no Brasil Contemporâneo**. Disponível em: <[http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/06/rubim\\_colling\\_midiaculturaeleicoes.pdf](http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/06/rubim_colling_midiaculturaeleicoes.pdf)>. Acesso em: 23 de jul. de 2006.



SALLES, João Moreira. **Entreatos**: A campanha pública de Lula. Rio de Janeiro: Videofilmes Produções Artísticas Ltda, 2004. 2 DVDs, 117 min.

SILVA, Alex. Dados de Lula e Alckmin não batem com a realidade. 1 fotografia. **Estadão**. Disponível em: <<http://www.estado.com.br/editorias/2006/10/10/pol-1.93.11.20061010.17.1.xml>>. Acesso em: 20 de out. de 2006.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. **Comunicado do presidente Lula à TV Globo**. Disponível em: <[http://www.abril.com.br/eleicoes2006/noticias/materia\\_173419.shtml](http://www.abril.com.br/eleicoes2006/noticias/materia_173419.shtml)>. Acesso em: 12 de mar. de 2007.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis – RJ. Vozes, 2006.

SOUZA, Florentina das Neves. **O papel do Jornal Nacional da Rede Globo nas eleições de 2006**. In: Compolítica, 2, 2007, Belo Horizonte. Grupo de Trabalho Mídia e Eleições, Belo Horizonte, dez. de 2007.

SOUZA, Josias de. Se vier o 2º turno, reeleição de Lula corre risco. **Folha Online Blogs**. Disponível em: <[http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2006-09-24\\_2006-09-30.html](http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2006-09-24_2006-09-30.html)>. Acesso em: 15 de dez. de 2007a.

SOUZA, Josias. Alckmin Venceu o Debate com Lula por um Ponto: '?'. **Folha Online Blogs**. Disponível em: <[http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2006-10-08\\_2006-10-14.html](http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2006-10-08_2006-10-14.html)>. Acesso em: 15 de out. de 2007b.

TARDE, Gabriel. **A Opinião e as Massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

TERRA. **Candidatos se unem e atacam Lula em debate**. Disponível em: <http://noticias.terra.com.br/eleicoes2006/interna/0,,OI1164820-EI6652,00.html>. Acesso em: 21 de jan. de 2008.

THIOLLENT, Michel. **Opinião Pública e Debates Políticos**: subsídios metodológicos. São Paulo: Polis, 1986.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **O Que é Jornalismo**. Lisboa: Quimera, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Resultado das Eleições 2006. Disponível em: <[http://www.justicaeleitoral.gov.br/internet/eleicoes/resultado\\_2006.htm](http://www.justicaeleitoral.gov.br/internet/eleicoes/resultado_2006.htm)>. Acesso em: 25 de jan. de 2007a.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Prestação de Contas da Campanha de Geraldo Alckmin Será a Primeira a Ser Analisada Pelos Técnicos do TSE. Disponível em: <[http://www.tvjustica.gov.br/maisnoticias.php?id\\_noticias=1510](http://www.tvjustica.gov.br/maisnoticias.php?id_noticias=1510)>. Acesso em: 22 de mar. de 2007b.

TV BANDEIRANTES. A Credibilidade e Independência do Jornalismo Bandeirantes. Disponível em: <<http://www.band.com.br/grupo/jornalismo.asp>>. Acesso em: 24 de fev. de 2008.

UOL. No Segundo Bloco, Cristovam Diz que Faltar a Debate é Corrupção. Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2006/campanha/ultnot/2006/09/28/ult3750u1080.jhtm>. Acesso em: 20 de jan. de 2008a.

UOL. Orkut Encabeça Lista dos Sites mais Acessados do Brasil. Disponível em: <[http://imasters.uol.com.br/noticia/8286/mercado/orkut\\_encabeça\\_lista\\_dos\\_sites\\_mais\\_acessados\\_do\\_brasil/](http://imasters.uol.com.br/noticia/8286/mercado/orkut_encabeça_lista_dos_sites_mais_acessados_do_brasil/)>. Acesso em: 20 de mar. de 2008b.

VERÓN, Eliseo. O Último Debate: Meditação Sobre Três Desencontros. In: FAUSTO NETO, Antônio, VERÓN, Eliseo (Orgs.). **Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker, 2003.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e Espetáculos da Política**. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

WEBER, Maria Helena. **Imagem Pública** In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (Org.). **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

WEBER, Maria Helena. Visibilidade e Credibilidade: Tensões da Comunicação Política. In: Maia, Rousiley, Castro, Maria Céres Pimenta Spínola. **Mídia, Esfera Pública e Identidades Coletivas**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

WEBER, Maria Helena. **Cadeiras Vazias: a mídia, o escândalo e o eleitor, em 2006**. Congresso Anual da Associação dos Pesquisadores em Comunicação e Política, 1, Salvador 2006.

WILTON JÚNIOR. Eleições 2006. **Estadão**. 1 Fotografia. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/ultimas/nacional/eleicoes2006/noticias/2006/set/29/9.htm>>. Acesso em: 29 de setembro de 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**, Lisboa: Presença, 1994.

ZUFFO, Marcelo Knörich. **TV Digital Aberta no Brasil: políticas estruturais para um modelo nacional**. Disponível em: <[http://www.lsi.usp.br/interativos/nem/tv\\_digital.pdf](http://www.lsi.usp.br/interativos/nem/tv_digital.pdf)>. Acesso em: 20 de out. 2006.

ANEXO A – Capa do O Estado de São Paulo

Edição de 29/09/06
Primeira edição (São Paulo)

O ESTADO DE S. PAULO

SEXTA-FEIRA

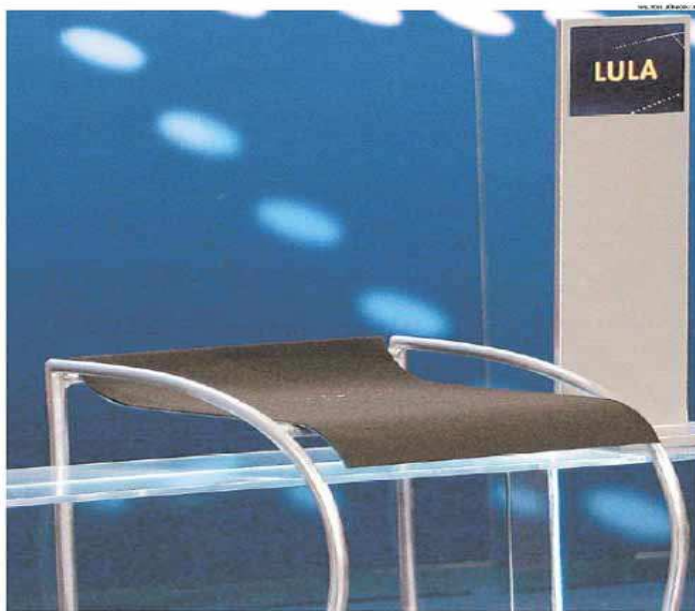
SP, RJ, MG, PR e SC, R\$ 2,50. Demais Estados: ver tabela na página A2.

29 de setembro de 2006 - ANO 127, Nº 43254 www.estado.com.br

Lula não aparece e vira alvo de candidatos em debate

Cadeira vazia atraiu duras críticas ao presidente no programa da TV Globo

A ausência do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) foi o maior destaque no debate na TV Globo entre candidatos à Presidência, encerrado na madrugada de hoje. A cadeira que deveria ser ocupada pelo petista foi esvaziada, vazia, e o mediador, jornalista Willison Bonner, observou que só por volta de 19 horas Lula avisou que não iria. Ele alegou que os adversários pretendiam transformar o debate em "sessão de agressões", embora, como disse Bonner, as regras não permitissem grosserias. Os candidatos presentes - Geraldo Alckmin (PSDB), Heloisa Helena (PSOL) e Cristovam Buarque (PDT) - criticaram a ausência de Lula e quiseram fazer perguntas a ele. Cristovam apelou aos eleitores para que votem de forma a promover um segundo turno, para dar tempo de se esclarecer o caso do dossiê Vedolin. Alckmin e Heloisa anunciaram um conflito, quando ela disse que o PSDB e o PT erraram na área da segurança - foi uma preocupação dela todo o tempo criticar os governos desses dois partidos. "Eu não sei o que a senadora Heloisa fez pela segurança pública, mas eu fiz", respondeu Alckmin. (PÁG. A10 e A11)



LUGAR VAZIO - A cadeira que seria ocupada por Lula ficou vazia no estúdio: só no início da noite presidente avisou que não compareceria

PARA LULA RESPONDER

Cristovam Buarque
Candidato do PDT
"Se for eleito, e se comprovadas as suspeitas, o zorro vai renunciar ao cargo?"

Geraldo Alckmin
Candidato do PSDB
"Por que candidato Lula não veio? Será que é por que não sabe explicar os problemas da saúde? Não veio por causa da educação?"

Heloisa Helena
Candidata do PSOL
"Quero reparar a ausência de Lula. Ele tinha obrigação de estar aqui, de descer do trono da corrupção, da arrogância e da covardia."

No último comício, clima de 'já ganhou'

No início da noite, Lula foi a um comício - o último da campanha - em São Bernardo do Campo, seu berço político, adotou o discurso do "já ganhou", atacou a oposição e foi sarcástico a respeito da imprensa. (PÁG. A12)

AMANHÃ O GUIA DO ELEITOR

Estoura crise diplomática entre Rússia e Geórgia

A detenção de 5 agentes militares russos em Geórgia intensificou a crise. A Rússia retirou os funcionários de sua missão diplomática na capital georgiana e convocou um reunião do Conselho de Segurança da ONU. (PÁG. A2)

NOTAS E ENTREVISTAS

A eterna lição de Garrincha
O que atrapalha são os outros, já sabe Garrincha. Essa lição foi repetida pelo economista...

PF faz operação tartaruga, diz oposição

Oposição acusou o governo de promover uma manobra política e retardar para depois da eleição as investigações da Polícia Federal sobre o chamado 'dossiê Vedolin'. As acusações partem do candidato...

HEMINGWAY 'Matei 122 alemães'

A divulgação de duas cartas ameaça manchar a imagem de herói do escritor Ernest Hemingway. Em carta de 1947, ele conta com orgulho ter atirado em um prisioneiro...

CLIMA

O clima do clima
Washington News e Postura de participação de conversão começa a mudar. (PÁG. A2)

Limpeza de rua de SP fica com a Leão Leão

Licitação foi vencida com liminar

Amparado por liminar, o grupo Leão Leão venceu concorrência para fazer o serviço de varrição e limpeza do centro de São Paulo, um contrato de R\$ 28 milhões por ano. O grupo foi alvo de denúncias de fraude...

NOTAS

COMPRAS E VENDAS
Comercial 2.370 2.172
Turismo 2.108 2.285
Paralelo 2.350 2.350
Poupança 0,833%

TEMPO

Frente fria deixa o tempo chuvoso e temperatura tem queda acentuada. (PÁG. A2)
NA CAPITAL 15° a 26° MAX.

BC prevê PIB menor; Mantega contesta

Diante do fraco desempenho da economia entre abril e junho, o Banco Central decidiu reduzir de 4% para 3,2% a previsão de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) em 2006. A projeção está em desacordo com o mercado financeiro, que aposta em uma expansão de apenas 3,5% da atividade econômica neste ano. O BC também reduziu sua estimativa de inflação para 2006 de 3,8% para 3,4%, medida pelo IPCA. O ministro da Fazenda, Guido Mantega, insistiu na projeção de crescimento de 4% da economia este ano. (PÁG. A11 e A12)

NÚMERO

4,3% é a previsão de inflação para 2007, 1º ano do novo mandato presidencial

Palmeiras A metralhadora de Edmundo em ação

Ele diz que salário está atrasado e que Rogério Ceni é só um bom goleiro. (PÁG. A13)

Saúde Cardiologia deixa peso total de lado

Agora, médicos vêm criticar a gordura acumulada na cintura. (PÁG. A22)

Londres Brasileira é acusada de chantagem a juizes

Fatinera usou vídeos com cenas de sexo contra ex-patrões. (PÁG. A7)

Guia

Coque virou banana flameada. Saiba onde experimentar pratos que levam bebida alcoólica na receita. (PÁG. A14)

ISERRA RUIBROS

PROCURE PELA OFERTA LENOVO DENTRO DO CADEIRNO DE ECONOMIA.



Table with 2 columns: ITEM, VALOR. Includes items like A-17, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z.

ANEXO B – Folha de São Paulo

Edição de 29/09/06
Primeira edição (São Paulo)

FOLHA DE S. PAULO

Ausente, Lula é alvo de ataques em debate

Presidente preferiu ir a comício em São Bernardo do Campo, onde dividiu o palanque com 2 mensaleiros



Lula tem presença, e presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) decidiu não ir ao debate de hoje na TV e foi duramente atacado pelas três candidatas presenciantes...

Serra e Aécio levam no 1º turno; RJ e PR estão indefinidos

El Lacerda, José Serra e Fernando Collor foram os favoritos na disputa pelo governo de São Paulo e ganharam as eleições logo no primeiro turno com 50% dos votos válidos...



Na tarde de debate, o presidente Lula dividiu o palanque com dois mensaleiros em São Bernardo do Campo (SP)

Banco Central reduz previsão de crescimento da economia

Estimativas de alta do PIB no terceiro trimestre de 4% para 3,2% - o mercado financeiro espera 3,09% - e a previsão de inflação menor de 3,8% para 3,2%.

Em São Paulo, escola de lata acaba, mas salas resistem

A Prefeitura de São Paulo desistiu de acabar a última escola de lata - estrutura de chapa metálica acoplada a um contêiner - e vai substituí-la por salas de madeira com estrutura de madeira e concreto.

Doleiros são acusados de envolvimento ilegal de US\$ 19 bi a NY

A investigação que resultou no indiciamento de 24 doleiros brasileiros em Nova York (Nova York) descobriu que eles foram responsáveis pelo envio ilegal de US\$ 19 bilhões (R\$ 41,5 bilhões) desde 2001.

Justiça autoriza quebra de sigilo do banco Sofisa

A Justiça Federal autorizou a quebra do sigilo da empresa e acesso às informações do Banco Sofisa sobre 18 de agosto e 10 de setembro.

PDT vai ao STF contra liberação de camisetas

O PDT entrou com recurso no Supremo Tribunal Federal contra a decisão do Tribunal Superior Eleitoral de liberar o uso de camisetas com o nome do partido.

ATMOSFERA - 100% algodão, 100% algodão, 100% algodão

Acervo do MAM ganha exposição na Oca, em SP

BODIEIRO EM SP - 9.0

Coletivo Folha - Próximo domingo - Folha + R\$ 5,00 com Egito

# ANEXO C – Capa da Folha de São Paulo

## Edição nacional de 29/09/06

UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL WWW.FOLHA.COM.BR

# FOLHA DE S. PAULO

SEXTA-FEIRA, 29 DE SETEMBRO DE 2006  
Ano 48 • Nº 16.104

SEÇÃO NACIONAL, CONSULTA R\$ 210 • R\$ 2,00



**36 ÚLTIMO DIA**  
O candidato ao governo paulista, José Serra (PSDB), foi cercado pelo centro de Joozilakal, o tucano disse que acha difícil ganhar a eleição de domingo e que "o problema é dos adversários".

## Serra e Aécio levam no 1º turno; Paraná e Rio estão indefinidos

Tucanos atingem 59% dos votos válidos em SP e 74% em MG; Requião e Cabral têm as vitórias ameaçadas

O luciano José Serra confirmou sua liderança no disputa pelo governo do São Paulo e ganharia as eleições hoje no primeiro turno com 59% dos votos válidos, revela pesquisa Ibope. Serra tem 51% das intenções de voto, mesmo percentual de pesquisa anterior, contra 22% de Aécio Neves (PSB), que inclui um ponto para cima.

O PSDB também ganha no governo mineiro em Minas, onde o governador Aécio Neves tem 74% das intenções de voto, ante 12% do tucano Nilmar Mendes. No Rio, cresceu a probabilidade de segundo turno. Sergio Cabral (PMDB) oscila negativamente três pontos, mas perde 14 pontos de erro, e chega a 40%, ou 45% dos votos válidos.

Se a eleição fosse hoje, de teria de disputar um segundo turno com Dona Pretinha (PPS), com 21% das intenções de voto, ou Marcelo Crivella (PBM), com 19%, provavelmente empatados.

A eleição pode ter segundo turno também no Paraná. O governador Roberto Requião (PMDB) perdeu quatro pontos e agora tem 6% de intencionalidade. tem



**36 CIBARRASCO DE MENSALERO**  
Candidato a deputado federal e presidente do PL, Vitorino Costa Neto foi criticado em Bertoga (SP), com distribuição de ciberarrascos e bilhetez, e foi proibido de oferecer benefícios a eleitores. Pág. 12

## Lula decide não ir ao último debate

O presidente Lula anunciou hoje horas antes do início do último debate televisivo entre os candidatos, que não iria ao programa. Ele atribuiu a ausência ao "grau de dificuldade e desrespeito de alguns adversários".

Segundo o presidente, esses adversários, cujos nomes não são citados, "estão discutindo em segundo plano o debate de propostas e ideias, para se dedicar, quase exclusivamente, aos ataques gratuitos e injuriosos pessoais".

O candidato do PSDB, Geraldo Alckmin, afirmou em entrevista que Lula é "sábio" e "evita debates para não ter de explicar os acórdãos" do STF, mas que, em qualquer caso, dos candidatos o do PSDB é o mais preparado. Pág. 10

### Banco Central reduz previsão de crescimento da economia

Estimativa do PIB no ano-ciclo de 4% para 3,5% — o mercado financeiro espera 3,09%. Já a previsão da inflação recuou de 3,8% para 3,5%. Pág. 11

### Em São Paulo, escolas de lata acaba, mas salas resistem

A Prefeitura de São Paulo decidiu tirar a última escola de lata — estrutura de chapas metálicas sustentada a um contêiner —, mas manteve 56 salas de aula do mesmo material como ações de ociosidade inventaria.

A Secretaria Municipal de Educação diz que as salas improvisadas, onde estudam 2.000 crianças, serão utilizadas até o fim do ano. Apesar das substituições, há salas que são feitas em painéis e salas de letreiro. Pág. 11

### Doleiros são acusados do envio ilegal de US\$ 19 bi a NY

A investigação que resultou no julgamento de 24 dólares brasileiros em Manhattan (Nova York) descobriu que eles foram responsáveis pelo envio ilegal de US\$ 19 bilhões (R\$ 41,5 bilhões) desde 1992, informou Mario Cesar Carvalho. Eles também são acusados de lavagem de dinheiro e de operar terra ilegal.

A Promotoria Distrital de Nova York, que conduz a acusação, conseguiu congelar US\$ 17,4 milhões. Pág. 12

**ciência**  
Magnata britânico exhibe a primeira nave espacial comercial. Pág. 12

**ilustrada**  
Acervo do MAM ganha exposição na Oca, em SP. Pág. 12

**esporte**  
Presidente da Fifa diz que Brasil é favorito para abrigar Copa de 2014. Pág. 11

### Justiça autoriza quebra de sigilo do banco Sofisa

A Justiça Federal autorizou a quebra do sigilo de compra e venda de dólares do banco Sofisa entre 17 de agosto e 15 de setembro. Segundo a PF, do banco saíram US\$ 110 milhões em 248 mil operações, com perdas. A PF afirma que uma terceira pessoa compra os dólares em quatro lugares. O Sofisa disse que suas operações foram legais e registradas no BC. Pág. 12

### PF indiciou dono da empresa que viu grampos no TSE

A Polícia Federal indiciou o dono da empresa de segurança que apontou a existência de grampos em telefones de ministros do Tribunal Superior Eleitoral — não encontrados pela PF.

Emo Frontinella, dono da Fente, é acusado de falsificação de crime e falsidade ideológica. O empresário disse que vai aguardar a conclusão do inquérito para se pronunciar. Pág. 12

### PDT vai ao STF contra liberação de camisetas

O PDT entrou com recurso no STF contra a decisão do TSE de liberar o uso de camisetas, bonês e broches com os nomes dos candidatos. Para PDT e PSOL, a medida fere o direito de poder econômico. Helôisa Helena (PSOL) afirmou que a decisão significa "liberar a boca do urso". Pág. 12

**diálogo**  
Estados Unidos enviam adido para combater pirataria no Brasil. Pág. 11

**Capa**  
Folha  
Contrar Rax e Paix  
Proximo domingo:  
Folha + R\$ 5,00 = Egito

**ATMOSFERA** Pág. 12  
Investigação de poluição

**EDITORIAIS** Pág. 12  
Lula "Acusado de fraude", comentando o debate entre presidente e "Amor de Lata", sobre a eleição no SP.

**BRASIL** Pág. 12  
Estatísticas

**BRASIL** Pág. 12  
Estatísticas

## ANEXO D – Capa do O Estado de São Paulo

Edição nacional de 29/09/06

Edição das 21h

# O ESTADO DE S. PAULO

JULIO MESQUITA  
(1891-1927)

DIRETOR:  
RUY MESQUITA

SEXTA-FEIRA

SP, RJ, MG, PR e SC: R\$ 2,50. Demais Estados: ver tabela na página A2. 29 de setembro de 2006 – ANO 127. Nº 41254 www.estado.com.br

## Oposição acusa governo de montar 'operação abafa'

### BC prevê PIB menor Mantega contesta

Para opositoristas, governo manobra para atrasar apurações da PF sobre dossiê

Políticos de oposição acusaram ontem o governo de promover uma manobra política para retardar para depois da eleição as investigações da Polícia Federal sobre a origem do dinheiro que petistas usariam para comprar o dossiê Vedoim. As acusações partiram principalmente dos senadores Tasso Jereissati e Heráclito Fortes, que se queixaram de que a PF não havia começado a trabalhar no Banco Central para investigar o Segundo Dossiê. Segundo o senador, a oposição precisa dessa ajuda para as investigações junto a instituições financeiras que garantiriam mais informações. Nota do banco diz que "os contratos das operações de câmbio ficam arquivados naquelas instituições", com números de série das cédulas. Tasso atacou o ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos, ao qual a PF é subordinada. Bastos disse que a oposição quer apenas gerar "fatos públicos na véspera de uma eleição que lhe é desfavorável". • PÁG. A4

**FRASE**  
**Tasso Jereissati**  
**Presidente do PSDB**  
"Suspeito que a PF tenha todas as informações e esteja postergando para depois das eleições"

ROBERTO JAYME/AE



**TASSO** - 'Isso é um absurdo'

**PF ouve hoje Lacerda, que levou dinheiro**

Hamilton Lacerda, que coordenava a comunicação da campanha de Aloizio Mercadante, será interrogado hoje de manhã pela Polícia Federal em Cuiabá. Ele foi identificado como o homem que levou R\$ 1,75 milhão para compra de dossiê. • PÁG. A7

**Lula desiste de aparecer em debate**

Depois de um suspense que durou o dia todo, o presidente Lula divulgou às 19h10 nota dizendo que não iria comparecer ao debate da Globo, às 22h30. Ele culpou os adversários pela desistência. (A Globo criticou a decisão.)

AMANHÃ • CADERNO ESPECIAL GUIA DO ELEITOR 2006

**NUMERO**  
**4,3%** é a previsão de inflação para 2007, 1º ano do novo mandato presidencial

**ELEIÇÃO: URNAS PARA A AMAZÔNIA**

PAULO LIBERTY/AE

Saúde  
Cardiologia d

ANEXO E – Capa do O Estado de São Paulo

Edição nacional de 08/10/06

O ESTADO DE S. PAULO

JULIO MESQUITA  
(1895-1927)  
DEBETOR:  
RUY MESQUITA

DOMINGO

SP, RJ, MG, PR e SC: R\$ 4,00. Demais Estados: ver tabela na página A2.

8 de outubro de 2006 - ANO 127, Nº 41263 www.estado.com.br

**CULTURA**  
Elogio à inteligência e ao bom gosto  
O Suplemento Literário terá o equilíbrio entre tradição e inovação, diz Antônio Candido. 4 páginas reproduzem artigos do caderno. ●

**NADO**  
Em busca de medalha  
Mesmo sem patrocínio, as gêmeas Beatriz e Branca treinam duro o dia todo, sincronizadas, com a esperança de medalhas Pan-2007. ● PÁG. 17

**empregos**  
Cursos de gestão esportiva formam profissionais para atuar em clubes e eventos. ●  
**CLASSIFICADOS**  
22.282 é o total de ofertas  
12.377 anúncios classificados  
3.284 empregos.

**autos**  
Fit se sai melhor do que Polo e C3  
Avaliação comparativa dá vantagem ao modelo da Honda (foto) até sobre o Polo renovado. ●

Corrupção deve dominar debate

Lula e Alckmin fazem hoje na tevê o esperado encontro que não houve no primeiro turno

O debate inaugural do segundo turno, marcado para as 20h30 de hoje, na TV Bandeirantes, será o primeiro confronto de fato entre o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o tucano Geraldo Alckmin. Eles devem protagonizar um encontro histórico, com foco em corrupção e ética. Lula pretende comparar seu governo com o de FHC, explorando as denúncias de corrupção contra o antecessor. Provavelmente, deverá dizer que, enquanto

**LULA**  
"Eu sou uma pessoa tradicionalmente respeitosa. A única coisa que eu peço é que não falem grosso comigo. Falem como eu falo com eles!"  
seu governo e o PT "corram na curva" - referência à expulsão de quatro integrantes do PT e ao afastamento do presidente do partido, Ricardo Berzoini -,

**ALCKMIN**  
"Primeiro o presidente não sabia de nada. Agora fala coisas inverídicas. Onde fica a autoridade de chefe de Estado?"  
os adversários jogam a sujeira para debaixo do tapete. Também deve recorrer ao público apoio do ex-governador Anthony Garotinho a seu adversá-

rio. A equipe do PT garante que Lula adotará "tom ofensivo, mas sem perder a ternura", se for preciso, no entanto, baterá pesado. Alckmin, por sua vez, se diz disposto a discutir qualquer tema com Lula e até mesmo a levar para o estúdio fotos do dinheiro que o PT pretendia usar para comprar o dossiê Veóla. A equipe de Alckmin afirma que o tucano "manterá a classe" mas, se for preciso, também baterá pesado. ● PÁG. 14

**Contradições marcam alianças**  
Com dez governos estaduais indefinidos e a promessa de uma reta final acirrada, Lula e Alckmin buscam apoio em todos os lados. Políticos de um mesmo partido entram em campanhas adversárias e inimigos do 1º turno se juntam agora. ● PÁG. 14

**Na pauta, planos para a economia**  
Na disputa pelo 2º turno, Lula e Alckmin devem aprofundar o debate econômico. Os programas dos dois candidatos têm pontos em comum, como a defesa da redução dos gastos públicos para investir mais e crescer. ● PÁG. 14, 15 E 17

COMÉRCIO: NA PRAÇA, HÁ UM SÉCULO



● Buscar inovações constantemente e ficar atento aos desejos dos clientes são os segredos das lojas com mais de cem

anos de existência. A Chapelinia Paulista (foto), na Rua Quinze de Novembro, centro de São Paulo, surgiu em 1914, quando

o chapéu era acessório indispensável no dia-a-dia. Quando a peça perdeu espaço na moda, a loja passou a investir em

outros produtos masculinos, mas manteve a vitrine para chamar a atenção dos consumidores. ● PÁG. 10

Vôo 1907: ministro garante investigação

Waldir Pires descarta pressão internacional

O ministro da Defesa, Waldir Pires, descartou ontem a possibilidade de que pressão política internacional interfira na investigação da colisão entre um Boeing 737-800 da Gol e um jato executivo Legacy, que causou a morte de 154 pessoas. "Todos estamos mobilizados para impedir (a interferência). Não é um problema desse ou daquele governo", disse. Na quinta-feira,

congressistas americanos encaminharão ao secretário de Estado, Condoleezza Rice, pedido para que ela interceda pela liberação dos pilotos do Legacy, Joseph Lepore e Jan Paladino, que estão retidos no Brasil durante as investigações sobre a tragédia. Ontem as mulheres de Lepore e Paladino chegaram ao Rio, sem dar declarações à imprensa. ● PÁG. 11

Universidade vai contra tendência mundial

Profissionais testados pelo mercado, que podem ensinar o que há de mais atualizado e transmitir experiência prática, são minoria nas universidades federais brasileiras - e não são valorizados porque o principal critério de avaliação é a publicação de artigos. ● PÁG. 12 E 17

Chuvas causam 5 mortes no Estado do Rio

A chuva de sexta-feira e ontem no Estado do Rio causou a morte de pelo menos cinco pessoas (duas delas crianças), além de 54 feridos. Só na Praça Mauá, o volume de chuva foi de 52 milímetros (a média de mais de 199). O mais tempo deve durar até terça-feira. ● PÁG. 12

Futebol Seleção faz a lição de casa no Kuwait

● Em amistoso, venceu por 4 a 0. Pelo Brasileiro, o São Paulo derrotou o Flu por 2 a 1. ● PÁG. 11 E 14

Tiros elevam tensão entre as duas Coreias

As tropas sul-coreanas fizeram mais de 60 disparos de advertência, ontem, para forçar o recuo de um grupo de soldados da Coreia do Norte que ultrapassou a fronteira. O incidente fez crescer a tensão na região; a Coreia do Norte ameaça fazer um teste nuclear. ● PÁG. 11

**NOVAS E INFORMAÇÕES**  
Sobre a tragédia  
O mais importante, por mais que corra a tragédia com o Boeing da Gol e o Legacy, é recuperar-se

● serena racionalidade, até para que desgracias desse tipo não venham a se repetir. ● PÁG. 13

**DÓLAR**

	COMPRA	VENDA
Estadunidense	2,36	2,38
Europeu	2,09	2,10
Real	2,25	2,30

● PÁG. 11

**TEMPO**  
Dia fica nublado e frio, com chuva fraca na maior parte do Estado. ● PÁG. 12

**Tucson. Potência no off-road, requinte no on-road, qualidade no mundo todo.**

**HYUNDAI**  
0800 55 95 45

**NO JE**

	278 páginas
Tiragem	356.672
A - Econômico	12
B - Esportes	12
C - Meio Ambiente	12
D - Cultura	12
E - Opiniões	12

ANEXO F – Capa da Folha de São Paulo

Edição de 09/10/06

UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL WWW.FOLHA.COM.BR

FOLHA DE S. PAULO

PERIÓDICO DE DIÁRIO, 30 DE OUTUBRO DE 2006

SEGUNDA-FEIRA, 9 DE OUTUBRO DE 2006

EDIÇÃO DO PÁTRIO, CIRCULAÇÃO A PARTIR DE 300 MIL

VÔO 1907

JUSTIÇA RETÉM SAÍD QUE BATEU NO BOEING

A Justiça decidiu manter em prisão o piloto de uma aeronave que colidiu com o rio Itaipava...

PILOTOS FICAM CONFINADOS EM HOTEL NO RIO

Os pilotos Joseph Ippolito e José Paul Pinheiro estão confinados em um hotel no Rio de Janeiro...

10



O ministro Waldir Pires

MINISTRO DIZ QUE JORNALISTA FOI LEVIANO

Para o ministro Waldir Pires, o jornalista José Roberto de Jesus foi leviano ao afirmar que o ministro havia cometido um erro...

10

Lula e Alckmin partem para o ataque no primeiro debate

Tucano pergunta sobre dinheiro para dossiê; petista diz que PSDB iniciou valerioduto



O presidente é uma das pessoas mais bem-informadas do país. Então eu pergunto de onde veio o dinheiro tujo, o R\$ 1,7 milhão em dinheiro vivo para comprar o dossiê Fujita?

O governo não poderia dizer onde é que conseguiu a compra espúria de voto neste plei- to? Ele por acaso se esqueceu da existência da apelação, que não foi exposta por nenhuma CPI?

O primeiro debate entre Luiz Inácio Lula da Silva e Geraldo Alckmin foi marcado por ataques mútuos, em torno de temas de corrupção. O tema agudo do encontro de ontem à noite, transmitido pela TV BandNews, foi dado por Alckmin à sua oponente georgiana a Lula. Lula rebateu: "Se você não o conhece não". Para a oposição, Lula respondeu lançando suspeitas sobre quatro integrantes o "grupo esquadrão-velho", dizendo-se o maior prejudicado pelo caso. O petista criticou Alckmin, como também fez seu ministro de Saúde, Roberto Nunes, investigado no caso dos sangramentos, que foi secretário do governo de Alckmin em São Paulo. Lula acusou Alckmin de "leviandade". O tucano negou as acusações: "não estou de acordo" para falar de voto. O ex-governador atacou o presidente com o lançamento de insinuações. Lula afirmou que o valor do voto pago em Minas Gerais, um investimento do PSDB.



Destroços na mata. Pedras do Boeing do Gol em MT, pela primeira vez, milhares levaram jornalistas para a região onde o avião caiu

MARCELLO CORRÊA

Soluções não foram encontradas, o inimigo era atacar

Alckmin e Lula entraram em uma zona um canal um erro, chegou a dizer "respeitos" para o outro. Alckmin, observando a linguagem de "paróia de chacha". Lula tinha interesse para mostrar, mas não para, no início do debate, era o mesmo lado ganhar de Lula. Lula não se deu ao debate. Alckmin foi mais do que se esperava dele, não teria como se derrotar. Lula, ao contrário, conseguiu sua posição entre quem já aguçava.

Folhateen



KODISU EM SP

Do 1.º ao 12.º ano, com 1.200 páginas, R\$ 1,20

Corinthians perde e fica de novo na zona de rebaixamento

O Corinthians foi derrotado pelo Goiás, por 2 a 1, e terminou a rodada do mata de rebaixamento do Campeonato Brasileiro. O time corinthiano voltou a zona de rebaixamento, com 19 pontos. Falando de modo para a final, o São Paulo tem sete pontos de vantagem sobre o segundo lugar.

Coréia do Norte diz ter explodido artefato nuclear

A agência de notícias de Coreia do Norte anunciou que o país realizou ontem uma explosão nuclear. "Somos orgulhosos de anunciar a realização com êxito da primeira explosão nuclear", afirmou a agência. A agência de notícias disse que o teste ocorreu no dia 9 de outubro, segundo fontes da agência.

Box for Folha magazine subscription, including price and contact information.





## ANEXO H – Capa do O Globo

Edição de 09/10/06

Eleições

# 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

• Do começo ao fim, foi um duro embate entre os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB), ontem à noite na TV Bandeirantes, no primeiro debate do segundo turno das eleições. A discussão sobre ética e corrupção marcou o encontro, com os dois se chamando até de levementes. Alckmin partiu para o ataque, perguntando diretamente ao adversário: "Candidato Lula, de onde veio o dinheiro sujo para comprar o dossiê fajuto?", pergunta que repetiria por diversas vezes. "Eu não sou investigador. Possivelmente o governador tenha saudades da tortura", reagiu o petista, quando o tucano

brir a origem do dinheiro. Atacado o tempo todo por escândalos recentes, Lula partiu para a comparação com o governo Fernando Henrique, fazendo acusações e lembrando denúncias de compra de votos pela reeleição, em 1997, e falando do processo de privatização no governo passado. Alckmin tentou puxar a comparação para seus governos em São Paulo, mas não deixou de bater nos casos de corrupção. "Ele sabe tudo do governo Fernando Henrique, é pena que não saiba nada do que aconteceu no seu governo", provocou Alckmin. Lula acusou o tucano de não cuidar do social em São Paulo e também fez

Bruno Miranda/Folha Imagem



# FOLHA DE S. PAULO

ARBITRADOR DE MÊDIAÇÃO: OTAVIO FERRAZ FILHO

TERÇA-FEIRA, 10 DE OUTUBRO DE 2006

EDICIONAL NACIONAL, CIRCULAÇÃO: 300.000

## Agressividade de Alckmin no debate surpreendeu Lula

Surpreendido pela sua agressividade de Geraldo Alckmin (PSDB) no primeiro debate do segundo turno, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva reverte o programa para entrar nos outros.

Na avaliação da cúpula do governo e do PT, os principais problemas foram mencionados, exceto de produção e serviços essenciais. Alckmin fez as perguntas.

### Presidente errou ao acusar CDHU, afirma petista

O líder do PT na Assembleia Legislativa do SP, Flávio Dutra, disse que Lula errou ao dizer, no debate, que a CDHU (Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano) costuma roubar dinheiro de Abel Pereira quando Sérgio era secretário de Habitação. Antes, acusou que pressionou Lula.

Em evento com cartazes evangélicos no Alameda, o presidente disse que o candidato "já tem dois dias no tráfego" que virou coisa política. Lula declarou que parecia estar dentro de uma "dichiquinho poeireta e toda".

Alckmin afirmou que está "bem" e que a estratégia não foi mudada no primeiro turno porque não advertiram isso nos debates.

### Debate mostrou equívocos dos presidenciais

Os presidenciais reconheceram o dia de negociações no debate. Lula (PT) errou ao dizer que pressionou o maior empresário econômico do Brasil, 20 anos. Alckmin (PSDB) disse que o crescimento em sua gestão em SP foi muito superior à média nacional, o que também não é verdade.



Soldados da Coreia do Norte acenam de saia-corda 'Yala' na fronteira com a China, minutos depois do anúncio do teste nuclear

## ONU condena Coreia do Norte e estuda sanções

### George W. Bush diz que teste nuclear anunciado pelo país foi 'provocação'

O Conselho de Segurança da ONU condenou o teste nuclear anunciado pela Coreia do Norte que, se confirmado, fará do país o sexto a produzir armas atômicas no mundo. Para o presidente dos EUA, George W. Bush, o teste foi uma "provocação".

"Mas uma vez, a Coreia do Norte desafiou a comunidade internacional a responder", afirmou o Bush. O conselho convocou a analisar a proposta dos EUA de sanções econômicas.

Desde os últimos meses, os membros do conselho, Reino Unido e França se mostraram favoráveis, com algumas condições, ao pedido, que acusam a Coreia do Norte de desenvolver armas e tecnologia nuclear para grupos terroristas.

O principal ponto da proposta é a inspeção internacional de toda a usina nuclear que abastece a Coreia do Norte e sua ilha. O líder dos EUA é que os norte-coreanos exportem armas e tecnologia nuclear para grupos terroristas.

**Opinião**  
**Dunga deixa Ronaldinho no banco hoje contra o Equador**  
p. 14

**Ilustrada**  
**Em português, Dave Lee Roth fala sobre show que faz em SP**  
p. 14

**Alinhado**  
**Norte-americano ganha Nobel de Economia por estimular inflação e desenvolvimento**  
p. 14

**Política**  
**Prefeitura de SP quer demolir edifício São Vito**  
p. 14

### Google compra site de vídeos YouTube por US\$ 1,65 bilhão

O Google anunciou a compra do site de vídeos mais popular da internet, o YouTube, por US\$ 1,65 bilhão.

A transação deve ser concluída no fim do ano, segundo os empresários, e o site de vídeos continuará operando de forma independente. O YouTube é uma empresa de capital fechado com 67 funcionários. Foi fundado por dois alunos, que hoje têm 28 e 26 anos, um irmão do outro, segundo.

### Conselho de Segurança indica sul-coreano para secretário-geral

Ban Ki-Moon deve ser sucedido pela Assembleia Geral para dirigir a ONU a partir de janeiro. Ele disse que pretende ir à Coreia do Norte.

### Teste representa uma ameaça à não-proliferação de arma atômica

Para a Agência Internacional de Energia Atômica, o teste quebra a "inocência global que se tinha sentido observada havia quase uma década".



DESMONTE CONSTRUÇÃO: Colisão na Av. Paulista (zona oeste de São Paulo) provocou pela rampante do carro adiante, o acidente causou o bloqueio de trânsito e danos materiais. Previsão de trânsito no local a ser concluído e o deslocamento de água para cerca de 32 mil moradores

### Gol começa a discutir valor de indenizações

A Gol Transportes Aéreos deve ter provocado danos de 154 passageiros mortos em acidente do voo 1907 para Alcatraz e pagamento de indenizações. A Gol não declarou quantos famílias já foram indenizadas, mas disse que as negociações começaram há alguns dias.

**Política**  
**Prefeitura de SP quer demolir edifício São Vito**  
p. 14

**Desconstrução**  
**Colisão na Av. Paulista (zona oeste de São Paulo) provocou pela rampante do carro adiante, o acidente causou o bloqueio de trânsito e danos materiais. Previsão de trânsito no local a ser concluído e o deslocamento de água para cerca de 32 mil moradores**

**Internet**  
**Webtubulars optam por questões que ligam teorias ao cotidiano**

**ATMOSFERA**  
**Dois países almejam desarmar o mundo**  
p. 14

**EDITORIAIS**  
**Leto "Opressão de Lula", aderentes como Lula, Alckmin e "Lula da guerra" e o debate**  
p. 14

**Crônica**  
**Roberto Carlos: não é um**  
Próximo domingo:  
Folha + R\$ 5,90 = Espanha



## ANEXO L – Matéria Zero Hora sobre Primeiro debate na TV brasileira

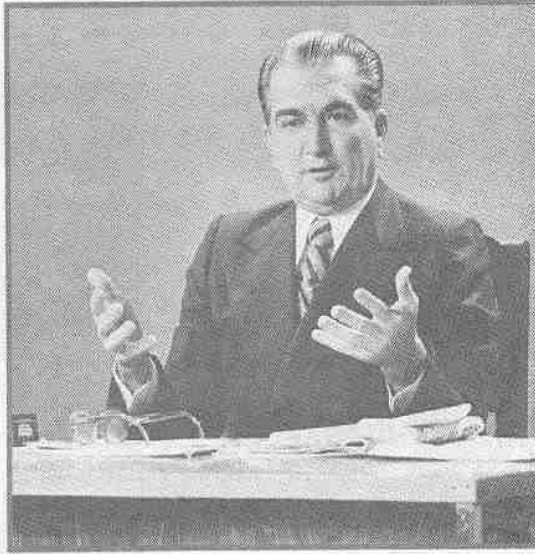
8 | ZERO HORA | PORTO ALEGRE, QUINTA-FEIRA, 9/09/2004

E-mail: bocadeurna@zerohora.com.br



# Boca-de-urna

FOTOS BANCO DE DADOS/ZH – 9/09/1974



### O primeiro debate

**H**á exatos 30 anos, na tarde do dia 9 de setembro de 1974, Paulo Brossard, do MDB (*à esquerda*), e Nestor Jost, da Arena (*à direita*), protagonizaram o primeiro debate transmitido ao vivo pela TV brasileira. Foi na TV Gaúcha, hoje RBS TV, quando Brossard e Jost disputavam uma vaga no Senado. Em plena ditadura, o embate foi considerado uma cutucada nos militares e atraiu para Porto Alegre dezenas de jornalistas de

todo o país.

Iniciava-se o governo Ernesto Geisel e a censura ainda amordaçava a imprensa, artistas e professores. Com aquele debate, os gaúchos cometiam mais um ato de atrevimento que entraria para a história.

O programa quase não foi ao ar em razão da contrariedade dos militares, que, pela novidade que aquilo tudo representava, temiam qualquer ameaça ao governo federal.