

Coordinadores:

Iván Puentes-Rivera

Ana Belén Fernández-Souto

Montse Vázquez-Gestal

Debate sobre los debates electorales y nuevas formas de comunicación política

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 171



Universidade de Vigo



Consello Social
Universidade de Vigo

Cuadernos Artesanos de Comunicación

Coordinador editorial: José Manuel de Pablos - jpablos@ull.edu.es

Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Milena Trenta

- Núria **Almiron** (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Francisco **Campos Freire** (Universidad de Santiago de Compostela)
- José **Cisneros** (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Bernardo **Díaz Nosty** (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos **Elías** (Universidad Carlos III de Madrid, UC3M)
- Paulina B. **Emanuelli** (Universidad Nacional de Córdoba, UNC)
- José Luis **González Esteban** (Universitas Miguel Hernández de Elche, UMH)
- Marisa **Humanes** (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Juan José **Igartua** (Universidad de Salamanca, USAL)
- Xosé **López** (Universidad de Santiago de Compostela)
- Maricela **López-Ornelas** (Universidad Autónoma de Baja California, UABC)
- Octavio **Islas** (Universidad de los Hemisferios, Ecuador)
- Javier **Marzal** (Universidad Jaume I, UJI)
- José Antonio **Meyer** (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Ramón **Reig** (Universidad de Sevilla, US)
- Miquel **Rodrigo Alsina** (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Xosé **Soengas** (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Luis **Terrón** (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB)
- José Miguel **Túñez** (Universidad de Santiago, USC)
- Victoria **Tur** (Universidad de Alicante, UA)
- Miguel **Vicente** (Universidad de Valladolid, UVA)
- Ramón **Zallo** (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.



Este libro y cada uno de los capítulos que contiene (**en su caso**), así como las imágenes incluidas, si no se indica lo contrario, se encuentran bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 3.0 Unported. Puede ver una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> Esto significa que Ud. es libre de reproducir y distribuir esta obra, siempre que cite la autoría, que no se use con fines comerciales o lucrativos y que no haga ninguna obra derivada. Si quiere hacer alguna de las cosas que aparecen como no permitidas, contacte con los coordinadores del libro o con el autor del capítulo correspondiente.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

Iván Puentes-Rivera, Ana Belén Fernández-Souto, Montse Vázquez-Gestal (Coordinadores)

Debate sobre los debates electorales y nuevas formas de comunicación política

ALEJANDRO COSTA ESCUREDO / ÁNGEL TORRES TOUKOUMIDIS /
ÁNGEL VIZOSO / ANTONIO CASADO RUIZ / AURORA GARCÍA
GONZÁLEZ / BEATRIZ LEGERÉN LAGO / CARMELO MÁRQUEZ-
DOMÍNGUEZ / CARMEN LÓPEZ DE AGUILETA CLEMENTE /
CONCEPCIÓN GÓMEZ / CRISTINA ALEXANDRA VÁSQUEZ CADENA
/ ENRIQUE NÚÑEZ-MUSSA / FÉLIX WILMER PAGUAY CHÁVEZ /
FERNANDA ANDRICOPULO NOSCHANG / IGNACIO MAURICIO
BALCÁZAR BETANCOURTH / JOSÉ MARÍA LEGORBURU HORTELANO
/ JULINDA MOLARES CARDOSO / KATHERINE MORA-ROMERO /
LUCIANA ALMEIDA DAS CHAGA / LUIS ALFONSO ÁLVAREZ RODAS
/ MARIA BERENICE DA COSTA MACHADO / RICARDO VACA
BERDAYES / ROSARIO PUERTAS-HIDALGO / SILVIA ALENDE /
XOSÉ LÓPEZ GARCÍA

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 171



Universidade de Vigo



Consello Social
Universidade de Vigo

CAC 171° - *Debate sobre los debates electorales y nuevas formas de comunicación política*

Iván Puentes-Rivera, Ana Belén Fernández-Souto, Montse Vázquez-Gestal (Coordinadores)

| Precio social: 10,50 € | Precio en librería. 13,65-€ |

Editoras: Almudena Barrientos y Milena Trenta

Diseño: F. Drago

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro Mujer pensando de Vale (Bolonía)

Imprime y distribuye: F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal

- La Laguna (Tenerife), 2020 – Creative Commons

<http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/portada2014.html>

Descargar en pdf:

<http://www.cuadernosartesanos.org/#171>

Protocolo de envío de manuscritos con destino a CAC: (la colección que corresponda)

<http://www.cuadernosartesanos.org/protocolo.html>

ISBN – 13: 978-84-17314-36-1

DL: TF-208-2020

DOI: 10.4185/cac171



Mudança em Debate: Campanhas para o governo do RS/Brasil, 1982/2014

**Maria Berenice da Costa Machado/Fernanda Andricopulo
Noschang**

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

Durante os mais de vinte anos em que os militares governaram o Brasil, a democracia fica interdita. O voto direto para os cargos do poder executivo é restaurado gradativamente. Em 1982, elegem-se os governadores para os estados, três anos depois os prefeitos das cidades e capitais, presidente só no último ano da década. Desde então, as campanhas eleitorais atraem a atenção dos partidos, dos políticos-candidatos, dos cidadãos-eleitores e das mídias. Mas grande parte dos eleitores brasileiros decide o voto no final da disputa, condição que eleva a importância dos debates na televisão. Esses eventos políticos e midiáticos, além de ampliarem a visibilidade dos participantes por ocorrerem em tempo real, propiciam igualdade de condições e mais autenticidade entre os opositores. Além da atenção, os candidatos buscam, durante o desenrolar de um debate, a identificação do espectador-cidadão-eleitor às suas promessas, processo que se confirmará com o voto. Este estudo fundamenta-se nos campos da Comunicação, da Política e da História; segue orientações metodológicas da História Documental e técnicas da Análise de Discurso e Conteúdo; articula o contexto sócio-histórico para refletir sobre os debates televisivos realizados durante as campanhas para o governo do Rio Grande do Sul/Brasil, entre 1982 e 2014.

Considerando que no período não houve reeleição do mesmo partido, tampouco de candidato, deseja-se compreender como o vencedor construiu o discurso da mudança.

Palavras-chave: campanhas eleitorais, debates, televisão, história, Rio Grande do Sul.

1. Introdução

As três últimas décadas representam o mais longo período de democracia no Brasil, condição que foi conquistada a partir do declínio da Ditadura Militar, com o fim da censura e o retorno das eleições diretas. A cada novo pleito, observamos a comunicação ocupando mais e novos espaços-tempos na função mediadora de levar os argumentos e as promessas de candidatos e partidos aos cidadãos-eleitores. Nesse cenário, destacamos os debates, prática histórica da política democrática, modalidade de embate de curta duração inserido em um processo muito mais complexo e duradouro que são as campanhas eleitorais, que envolvem diversas técnicas de marketing e comunicação (intervenções nos meios de comunicação de massa, divulgação de pesquisas, comícios, manifestações de rua, entre outras). Diferentemente desses eventos, o debate propicia momento de autenticidade para candidatos opositores, uma vez que acontece em tempo real, oferece igualdade de condições aos participantes que buscam a atenção, a identificação e o voto do espectador-ouvinte-internauta.

As mídias - impressas, eletrônicas e digitais – ampliam os sentidos das campanhas eleitorais com a cobertura diária nas suas editorias de política, divulgam os resultados de pesquisas de intenção de voto, entrevistam os candidatos, veiculam o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)¹³ e, também, repercutem os debates, geralmente, por elas promovidos e veiculados. Os debatedores desenvolvem

¹³Horário gratuito garantido por lei aos partidos políticos brasileiros, na programação das emissoras de rádio e televisão, para efeito de divulgação de suas plataformas políticas e para a propaganda de seus candidatos às eleições. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/horario-gratuito-de-propaganda-eleitoral-hgpe>. Acesso em: 14 ago. 2019.

estratégias, apuram a estética e os discursos, adequando-se aos formatos e tipos de interações que os debates proporcionam com as audiências nas variadas mídias; interessa-lhes vencer o debate e, mais ainda, a corrida eleitoral.

Desde 1982, o cargo de governador dos estados brasileiros foi disputado dez vezes; inicialmente foi em turno único, depois em duas etapas e, por fim, com a possibilidade do titular do executivo postular a reeleição. Independentemente dessas condições, no Rio Grande do Sul os resultados indicam sempre a mudança de político e partido na gestão do Estado. Objetivando refletir como foi construída a proposta de mudança pela via da comunicação, desenvolvemos a pesquisa Propaganda e Democracia, que faz análise dos processos eleitorais no Rio Grande do Sul, no período 1982 a 2014, pelo ângulo do candidato eleito. Nesta etapa interessa-nos destacar os debates realizados pelas emissoras de televisão, com recorte para o debate final da campanha 2014.

O percurso segue orientações teóricas e metodológicas da História e Análise Documental (Gil, 1999; Duarte e Barros, 2008), agrega os pressupostos sobre debates Weber (2010), com técnicas da Análise de Discurso e Conteúdo (Bardin, 1977; Orlandi, 2002; Pinto, 1999). Após uma breve contextualização das nove campanhas para o governo do Rio Grande do Sul (RS), listamos a quantidade de debates em cada turno, as datas, as emissoras de televisão que os promoveram e quem foram os participantes (candidatos/partidos). Dada a dificuldade de localizar registros e arquivos originais desses eventos, agregaremos trechos das entrevistas que fizemos com os governadores e seus assessores, e a cobertura das mídias. Sobre estas, importa considerar que tanto nas disputas eleitorais para os governos dos estados, como para a presidência do País, em primeiro e segundo turnos, vem se consolidando a tradição de o Grupo Bandeirantes promover o primeiro debate e a Rede Globo realizar o último¹⁴.

2. Os debates eleitorais na televisão

Embora a partir de 2010 tenhamos assistido o ingresso de jornais e

¹⁴Por questões de concorrência, a repercussão das mídias é proporcional ao seu envolvimento com a promoção do evento.

portais de Internet como promotores de debates online entre candidatos a presidente do Brasil, a televisão ainda segue como principal palco e o mais popular para a veiculação dessas cerimônias. Weber (2010, p. 144-145) considera que são “rituais obrigatórios às democracias” e a realização na televisão “exigência da contemporaneidade”. E são três as premissas para analisar debates; a primeira indica

a centralidade da comunicação midiática e o poder da televisão como espaço público de visibilidade privilegiada para qualquer tipo de debate, formação de imagem pública, circulação e provocação de afetos, padronização de acontecimentos e opiniões, produção de cultura, produção e simulação do real, circulação e promoção do consumo, indicação de um tempo específico, constituição de padrões estéticos e linguagens, redução e ampliação de fatos em fragmentos, hibridações e bricolagens (Weber, 2010, p. 144-145).

A segunda premissa refere-se “ao poder da TV como o último lugar, com grande abrangência, capaz de abrigar o debate político-eleitoral na contemporaneidade e, assim, estabelecer um tipo de comunicação direta com o eleitor. Mesmo em imagem e tecnicamente mediado”. Consequência que Weber credits ao fato do “real” da política e a identidade “real” dos candidatos estar cada vez mais inacessível ao eleitor “submetido a simulações e versões parciais sobre a ação política”. Para a autora, a “fetichização da política e a ampliação de sofisticadas tecnologias e profissionais com expertise para promover a imagem das instituições e políticos” como responsáveis pela maior distância entre política-candidatos-sociedade-eleitores e “entre a informação e a persuasão, entre a ética e a capacidade de representação”. Na sua última premissa, a pesquisadora apresenta o debate político-eleitoral da TV como um “instigante objeto de análise (...) a partir do formato em tempo real, com participantes obedientes à estética da televisão, mesmo que acertos e documentos sejam firmados entre a emissora anfitriã e os partidos” (Weber, 2010, p. 144-145).

A televisão e suas imagens, cores, sons e movimentos, seduz, fascina, absorve, cria relação imaginária no e com o espectador. O espetáculo na TV não se define pelos conteúdos, mas pela sua eficácia visual, dá

ilusão de participação, de presença, distrai, ocupa e/ou preenche espaço de lazer e lúdico, informativo, educativo, às vezes cultural e esportivo. Como dinamizadora cultural, formadora de opiniões, difusora do conhecimento, agente de entretenimento, a televisão fomenta a economia e o consumo e, embora a atual pulverização de mídias, a TV ainda segue concentrando a maior parte dos investimentos publicitários (Barbero apud Marcondes, 1988, p. 41).

A televisão reflete, também, o estado da tecnologia e das comunicações. Em 1989, ano de retorno das eleições diretas para presidente, o Brasil contava cinco grandes redes nacionais – Globo, Bandeirantes, TVE, Machete e SBT. Desde então assistimos a expansão das concessões públicas, a abertura de novos canais, emissoras independentes, a formação de mais redes com suas afiliadas e retransmissoras, sistemas que garantem, praticamente, 100% de cobertura do território nacional. Mais recentemente, integram-se os canais pagos por assinatura, o sistema digital (HDTV) e os canais de vídeo na Internet, exclusivos ou em portais ligados aos grandes grupos de mídia, todos concentrando e armazenando a programação. Além da veiculação em tempo real nas telas da televisão e nos portais da Internet, essas tecnologias disponibilizam os debates na grande rede mundial de computadores para serem vistos/ consultados por quem desejar ao longo do tempo-história.

Ao defender a televisão como sede dos debates, Weber (2010, p. 146) indica que é “o último lugar público onde se exige argumentos factíveis do discurso político e a veracidade das informações é confirmada e refutada, da entonação de voz à comprovação documental”. O confronto entre adversários, segundo a autora, a defesa de ideias e projetos podem ser expostos na disputa por representação e votos e, para tanto, os candidatos se oferecem próximos à verdade numa arena construída pelo espaço, tempo e linguagem televisivas. O formato faz o debate político-eleitoral-televisivo um “dispositivo capaz de simular relações sociais e conformar responsabilidades do campo político e do campo da comunicação midiática”. Um debate

põe em evidência a capacidade de governar e os limites de projetos e ideologias (...) o ritual desta cerimônia político-midiática, se diferencia de todas as demais devido à

encenação estratégica e à linguagem próprias do campo político, construídos com potencial para repercutir nos meios de comunicação massiva, na campanha eleitoral e provocar o receptor-eleitor. Ao candidato, submetido às regras do fórum televisivo, é conferida a responsabilidade de mostrar sua capacidade de derrotar o adversário pelo embate discursivo e de se fazer reconhecer como diferente do outro, devido a sua capacidade a ser testemunhada pela plateia (Weber, 2010, p. 146).

3. O planejamento do debate na televisão

Debate é discurso, fragmentado em sequências de perguntas/afirmações, réplicas, tréplicas, ofensivas e defensivas, mediações/ponderações. O objetivo é persuadir a audiência e os debatedores o fazem identificando pontos-chave de divergências ou convergências, usando recursos linguísticos e retóricos para firmar suas posições e enfraquecer o(s) outro(s). É momento, também, para verificar e questionar o grau de adequação dos elementos do discurso de cada interlocutor com relação aos problemas reais evocados e suas estratégias políticas.

Decupar e analisar um debate político-eleitoral na televisão, e os muitos discursos subjacentes, significa articular quem está dizendo o quê, para quem, como, onde, quando e com que efeito. Parte destas variáveis é negociada no processo de planejamento do debate, etapa prévia entre representantes da emissora e dos candidatos, cada um com interesses específicos e visando obter benefícios para o seu lado. Discutidas e acordadas as regras, segue a realização do evento e sua posterior repercussão.

A riqueza de detalhes da produção midiática amplia o sentido do debate e dezenas de variáveis são combinadas durante o planejamento, indicando quantos candidatos participarão do debate, como será a sua produção técnica, que inclui o projeto arquitetônico, a identidade visual, a ambiência, o cenário e a localização dos participantes, a tecnologia de transmissão, a existência de mediador, arguidores, plateia, presença de assessores no estúdio, a divulgação prévia do evento, bem como o sorteio de perguntas e respostas, os temas que serão tratados,

a ocupação do tempo e os intervalos. Cabe destacar que tempo tem a ver com a lógica da mídia televisão e a visibilidade que proporciona. Tempo, portanto, é questão central em um debate eleitoral, representa mais oportunidade para o político ser visto e ouvido.

Ao candidato e sua assessoria competem produzir o visual, de modo a representar a proposta de campanha e estar adequado à estética da televisão, junto com a capacidade de argumentar, produzir discursos e sentidos. Weber (2010, p. 163) afirma que nenhum dos dispositivos estratégicos – textos visual, verbal e comportamental, o conteúdo dos discursos e argumentos - nem a sua combinação, “exerce algum tipo de influência, separadamente, embora possa haver preponderância de um sobre outro, ou maior/menor identificação estabelecida pelo espectador-eleitor com um dos aspectos”.

4. As regras e os formatos de debates

De acordo com a legislação eleitoral vigente¹⁵, o debate é organizado pelos representantes dos candidatos e das emissoras de televisão que firmam protocolos específicos. Independente de quem o promove, todos os detalhes do debate são, a cada evento, discutidos e se transformam nas regras específicas para aquele debate. No Brasil, não há padrão para a realização de debates. Weber (2010, p. 158) propõe classificação em três tipos: debates convencionais, coloquiais e interativos, subdivididos em onze modelos, a partir das diferenças de ambiência e posicionamento de candidatos e mediador, da presença de plateia e outros eventuais participantes¹⁶.

¹⁵Disponível em: <http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral>. Acesso em: 14 ago. 2019.

¹⁶Ilustrações e imagens dos respectivos modelos podem ser encontradas em Weber (2010) e em diversos sites na Internet linkados pelo Wikipedia, disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Debates_televisados_brasileiros.

5. As campanhas eleitorais e os debates para o governo do RS

O processo de redemocratização do Brasil começa pelos estados em 1982 com as eleições diretas para o cargo de governador. No RS, foram quatro os candidatos: Jair Soares, pelo Partido Democrático Social (PDS), concorreu e venceu Pedro Simon, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro¹⁷ (PMDB), Alceu Collares, representante do Partido Democrático Trabalhista (PDT) e Olívio Dutra do Partido dos Trabalhadores (PT). Desde então, ocorreram mais nove disputas e os resultados indicam a alternância de políticos e partidos no executivo gaúcho: Pedro Simon/PMDB venceu em 1986, Alceu Collares/PDT em 1990, Antônio Britto/PMDB em 1994, Olívio Dutra/PT em 1998, Germano Rigotto/PMDB em 2002, Yeda Crusius/Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) em 2006, Tarso Genro/PT em 2010, José Sartori/PMDB em 2014¹⁸.

As campanhas eleitorais são períodos de aceleração do campo político, em que são deflagrados os processos de disputa e captura de votos, com concentração, dinamismo e oferecendo aos participantes – partidos e candidatos - a oportunidade de máxima visibilidade, uma vez que são compostas por diferentes atos públicos, políticos e midiáticos, para os quais os concorrentes preparam-se e participam com promessas/discursos e materiais impressos, audiovisuais e, mais recentemente, digitais (Rubim, 2000).

Dentre as táticas possíveis no mix estratégico da comunicação eleitoral estão as participações em debates e programas no HGPE no rádio e na televisão abertos, os comícios, as carreatas, a publicidade impressa (jornal, folders, santinhos, placas de rua etc.), o corpo a corpo e outras intervenções no cotidiano dos eleitores. A própria trajetória profissional e/ou política do candidato pode lhe conferir publicidade,

¹⁷Atualmente, o partido tirou o P, denomina-se Movimento Democrático Brasileiro (MDB).

¹⁸ Mesmo fora do recorte temporal do projeto Propaganda e Democracia, importa observar sobre a campanha para o governo do RS em 2018 por sua atualidade e por corroborar com a questão da pesquisa: o então governador Sartori, filiado ao então PMDB, candidata-se à reeleição, passa ao segundo turno, mas perde a disputa para Eduardo Leite do PSDB.

angariar simpatias que, aliadas às condições e ao contexto político-eleitoral, contribuem e/ou determinam o resultado das urnas.

A partir da promulgação de uma nova Constituição Federal, em 1988, a decisão para os cargos dos poderes executivos – federal, estadual e municipal - pode ser decidida em até dois turnos: do primeiro, e plural, sai vencedor o candidato que obtiver a maioria absoluta dos votos válidos mais um. Caso contrário, os dois candidatos mais votados passam ao segundo turno. Entretanto, a possibilidade da reeleição para presidente, governador e prefeito vem com uma emenda constitucional e passa a valer a partir do ano eleitoral 1998.

5.1. Campanha para o governo do RS em 1982

A campanha que reinaugura o rito democrático em nível estadual teve turno único e foi sustentada por comícios realizados na Capital e pelo interior do RS. O enfrentamento dos concorrentes foram em quatro debates na televisão¹⁹. O primeiro deles foi na TV Guaíba²⁰, como mediador o jornalista José Barrionuevo. O eleito Jair Soares (2013) conta ter ido preparado para enfrentar Pedro Simon, que estudou “a tarde inteira com pessoas capazes”. Naquela que seria a primeira aparição direta dos candidatos na TV e durante a campanha, ele evitou ser maquilado:

quando eu cheguei, na época eu ainda era ministro da previdência e secretário de saúde, veio o cidadão lá me passar as coisinhas [maquilagem] e eu disse que não ia usar porque tinha doenças dermatológicas (todos os outros já tinham usado) (Soares, 2013).

Sobre esse primeiro embate, o ex-governador recorda aquilo que iria perguntar a Pedro Simon acabou “perguntando pro Collares, e como pelas pesquisas este não era um grande adversário, ele ali apareceu mais. E o Simon me subestimou” (Soares, 2013). Seguiram-se debates em

¹⁹Naquela ocasião, os debates no rádio quanto na televisão só aconteciam quando todos os candidatos concordavam.

²⁰TV Guaíba foi emissora de televisão sediada em Porto Alegre (RS), operava no canal 2 VHF, comprada pela Rede Record.

outros lugares, mas o de encerramento na RBS²¹ deu ânimo ao candidato do PDS. Jair destaca que Maurício Sirotsky resolveu escalar um jornalista para cada um dos quatro candidatos: “Dali a pouco, estavam os demais três jornalistas contra mim, o que estava comigo começou também a me massacrar, se não ele ia ficar sozinho”. Quando terminou o debate, Jair recorda ter saído em direção a Maurício que já vinha ao seu encontro (ele assistira o programa na sala da Direção). Maurício exclamou: ‘tu te saíste o melhor, foste a vítima, te saíste melhor. Acabou! Está ganha a eleição!’ (apud Soares, 2013).

5.2. Campanha para o governo do RS em 1986

Pedro Jorge Simon volta a disputar o executivo gaúcho em 1986, ano de eleição também para a assembleia nacional constituinte, o período eleitoral vai de agosto a novembro, mais curto que os anteriores. No RS foram seis as chapas inscritas no TRE (Tribunal Regional Eleitoral): a de Pedro Simon pelo PMDB; a de Aldo Pinto, pela coligação Aliança Popular pelo Rio Grande do PDT e PDS; a de Carlos Chiarelli, pelo PFL²²; a de Clóvis Ilgenfritz, pelo PT; a de Fúlvio Petracco, pelo PSB²³ e a de Domingos Tódero²⁴, pelo PCB²⁵.

Na plataforma de Simon, o principal apelo é para a mudança, com propostas para manter o vínculo com a Nova República²⁶, apoio, mas sem submissão ao governo federal, a reformulação da máquina administrativa e o fortalecimento da indústria e da agricultura no Estado. Tanto Simon quanto o PMDB cultivam projeto político com “espírito da redemocratização” e a ideia de não olhar para trás e sim para frente (*Zero Hora*, 10 ago. 1986, p. 14; 26 out. 1986, p. 18 e 31 out. 1986, p. 11). Nessa campanha, ainda em turno único e sem a

²¹O Grupo RBS é um conglomerado midiático brasileiro, fundado por Maurício Sirotsky Sobrinho. Seus conteúdos são jornalísticos e de entretenimento através do rádio, da televisão, de jornais e de portais da internet.

²² Partido da Frente Liberal. Hoje, atual Democratas (DEM).

²³ Partido Socialista Brasileiro.

²⁴ Durante a campanha, o candidato retira a sua candidatura e passa a apoiar Pedro Simon.

²⁵ Partido Comunista Brasileiro.

²⁶ Período após o do regime militar que durou de 1964 a 1985.

possibilidade de reeleição, foram três os debates na televisão - 17/08 (RBS TV), 08/09 (TV Guaíba), 12/11 (RBS TV) – contando com a participação de todos os seis candidatos.

5.3. Campanha para o governo do RS em 1990

Alceu de Deus Collares, o primeiro negro a governar o estado sulista ao vencer a disputa em 1990, faz campanha que inaugura também a disputa em dois turnos. Dada as limitações financeiras impostas pelo Plano Collor²⁷, os horários eleitorais e os debates na televisão e no rádio convertem-se, então, nos principais pontos de contato entre os candidatos e os seus eleitores. As campanhas nas ruas, com distribuição de santinhos e de brindes ainda aconteciam, porém com menos intensidade do que nas eleições anteriores. Os principais adversários de Collares foram José Fogaça (PMDB), Nelson Marchezan do PDS e coligação União por um Novo Rio Grande e Tarso Genro do PT pela Frente Popular. Collares conta com o apoio do ex-governador do RS, Leonel Brizola; Fogaça com o de Pedro Simon, também ex-governador; Tarso Genro com Lula; Marchezan com o presidente Collor (Menegat e Machado, 2016; Machado e Noschang, 2019).

No terceiro pleito para o governo do RS foram dois os debates na televisão durante o primeiro turno, com a presença de Néelson Marchezan (PDS), Alceu Collares (PDT), José Fogaça (PMDB), Tarso Genro (PT) promovidos no dia 06/08 (TV Bandeirantes), 29/08 (TVE²⁸). No segundo turno apenas um debate, no dia 19/11 (RBS TV) entre Néelson Marchezan e Alceu Collares.

5.4. Campanha para o governo do RS em 1994

O quarto governador no RS, após a redemocratização, foi o jornalista Antônio Britto Filho, com carreira profissional ligada a grupos de mídia

²⁷Plano Collor e Plano Collor II são tentativas para conter a inflação e estabilizar a economia, implantados no governo de Fernando Collor de Melo, a partir da sua posse em 1990. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/plano-collor>. Acesso em 12 dez. 2018.

²⁸TVE é uma emissora de TV educativa sediada em Porto Alegre, opera no canal 7, integrou a extinta Rede de Televisões Educativas, atualmente é afiliada à TV Cultura de São Paulo e à TV Brasil, vinculada ao governo federal.

locais e nacionais. A campanha que o elegeu, em 1994, acontece em clima de Plano Real²⁹, uma nova moeda que começa a transformar a economia e o País (Scola, 2018). Foram seis os candidatos no RS: Antônio Britto (Rio Grande Unido e Forte - PMDB/PL³⁰/PSDB); Olívio Dutra (Frente Popular de Todos - PT/PSTU³¹/PPS³²/PSB/PV³³/PCdoB³⁴); Sereno Chaise (Frente Trabalhista Rio-grandense - PDT/PMN³⁵); Celso Bernardi (Muda Rio Grande - PPR³⁶/PFL); Irapuan Teixeira (Prona³⁷); José Luiz Gomes (PRN³⁸) (Zero Hora, 9. jul. 1994, p. 6).

Britto vence o primeiro turno da campanha e disputa o segundo com o candidato do PT, mobilizando as ruas em cidades consideradas redutos petistas (Porto Alegre e Região Metropolitana, por exemplo). O candidato do PMDB contou com o apoio de Fernando Henrique Cardoso (eleito presidente do Brasil pelo PSDB no primeiro turno), do PPR e por parte do PDT (do então governador, Alceu Collares). Inicia-se nesse período a polarização PMDB/PT, que se repetiria no Rio Grande do Sul nas eleições de 1998 e 2002 (Scola, 2018). Nesse ano foram inúmeros os debates na mídia e em entidades de classe, como informa o ex-governador:

dentro da tradição do Rio Grande do Sul, uma demanda inacreditável de debates em cada corporação, em cada

²⁹ Plano Real foi uma sequência de tentativas de estabilização da economia brasileira, depois da crise da dívida externa do início da década de 1980. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/plano-real>. Acesso em: 27. jun. 2019.

³⁰ Partido Liberal.

³¹ Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado.

³² Partido Popular Socialista.

³³ Partido Verde.

³⁴ Partido Comunista do Brasil.

³⁵ Partido da Mobilização Nacional.

³⁶ Partido Progressista Reformador, hoje Progressistas.

³⁷ Partido de Reedificação da Ordem Nacional.

³⁸ Partido da Reconstrução Nacional, hoje Partido Trabalhista Cristão.

segmento da sociedade e em órgãos regionais, além da TV. Pelo fato de ter atravessado toda a campanha sempre como favorito, os debates envolviam uma tentativa de massacre, ou seja, todos tentando nos atingir, nem sempre pela forma mais adequada ou séria, e a nossa tentativa era de não permitir que a campanha resvalasse para um bate-boca, que ela continuasse sendo alegre, propositiva, uma campanha para cima (Britto Filho, 2016).

Destacamos os três debates em emissoras de televisão no primeiro turno - 31/07 (RBS TV), 08/09 (TVE), 27/09 (RBS TV) e um no segundo turno: 06/11 (RBS TV). Os candidatos presentes nos do turno inicial Antônio Britto³⁹(PMDB), Sereno Chaise (PDT), Celso Bernardi (PPR), José Luiz Gomes (PRN), Irapuã Teixeira (Prona), Olívio Dutra (PT); no final debateram Antônio Britto e Olívio Dutra.

5.5. Campanha para o governo do RS em 1998

A partir de 1998, a legislação possibilita uma reeleição aos titulares dos poderes executivo (federal, estadual e municipal). Antônio Britto (coligação PMDB, PPB⁴⁰, PSDB, PTB⁴¹, PFL, PL, PSL⁴², PSC⁴³, PSD⁴⁴, PRP⁴⁵, PT do B⁴⁶) gozava de bons índices de aprovação, candidatou-se a mais um mandato, disputado no primeiro turno por mais seis candidatos: Adilson dos Santos (PTRB⁴⁷, PRN), Emília Fernandes (PDT, PMN, PST⁴⁸), Luiz Martins (Prona), Luiz Marques (PPS),

³⁹Britto não participou do debate realizado na TVE.

⁴⁰Partido do Povo Brasileiro, hoje Progressistas.

⁴¹Partido Trabalhista Brasileiro.

⁴²Partido Social Liberal.

⁴³Partido Social Cristão.

⁴⁴Partido Social Democrático.

⁴⁵Partido Republicano Progressista.

⁴⁶Partido Trabalhista do Brasil, hoje Avante.

⁴⁷Partido Renovador Trabalhista Brasileiro.

⁴⁸Partido Social Trabalhista.

Nélson Vasconcellos (PV, PAN⁴⁹), Olívio Dutra (PT, PSB, PC do B, PCB). A eleição foi decidida no segundo turno, entre Antônio Britto e Olívio Dutra, ex-prefeito de Porto Alegre pelo PT. Com poucos recursos para financiar a campanha, o vencedor Olívio teve a seu favor a mobilização da militância do PT e o aval das três administrações consecutivas do PT na Prefeitura de Porto Alegre (Machado, 2004).

Nesse pleito foram 24 os partidos, reunidos em coligações, para apoiar os sete candidatos concorrentes. Só identificamos um debate no primeiro turno da campanha, em 01/10 (RBS TV), com a presença de Antônio Britto (PMDB), Olívio Dutra (PT), Emília Fernandes (PDT), Nélson Vasconcelos (PV) e Luis Marques (PPS). No segundo turno foram promovidos três encontros entre Antônio Britto e Olívio Dutra: 17/10 (TV Bandeirantes), 20/10 (TVE); 22/10 (RBS TV).

5.6. Campanha para o governo do RS em 2002

Os eleitores voltam às urnas em 2002 para decidir quem governaria o Estado pelos próximos quatro anos, em campanha marcada por contradições, seguidas de protestos e surpresas. Uma envolve o candidato Tarso Genro, que decide enfrentar Olívio Dutra (que poderia postular a reeleição) na prévia do PT, contrariando a afirmação feita durante a campanha para a prefeitura de Porto Alegre de que não seria candidato ao cargo de governador em 2002. Há cobrança contundente da promessa não cumprida, dentro do próprio partido e pela oposição (PDT, PTB e PPS espalham *outdoors* pela cidade, associando o ex-prefeito à mentira e à imagem metafórica de Pinóquio). Antônio Britto, candidato apontado como líder nas sondagens, sai do PMDB, ingressa e concorre pelo PPS. O partido do senador Pedro Simon indica, então, Germano Rigotto para concorrer ao cargo de governador do RS (Machado, 2004).

Disputam o governo do RS, no primeiro turno, treze candidatos: Antônio Britto (PPS), Celso Bernardi (PPB), José Fortunati (PDT), Tarso Genro (PT), Germano Rigotto (PMDB), Aroldo Medina (PL), Caleb de Oliveira (PSB), Carlos Schneider (PSC), José Vilhena (PV), Júlio Flores (PSTU), Luis Carlos Prates (PTN⁵⁰), Luis Carlos Martins

⁴⁹ Partido dos Aposentados da Nação.

⁵⁰ Partido Trabalhista Nacional, hoje Podemos.

(Prona) e Oscar Jorge de Souza (PCO⁵¹). Com a desistência de Fortunati, em agosto, a campanha concentra-se em torno dos quatro candidatos mais competitivos: Britto, Tarso, Bernardi e Rigotto (Machado, 2004). Embora as pesquisas apontassem a liderança de Antônio Britto até meados de setembro, Rigotto e Tarso passam ao segundo turno da eleição. O candidato do PMDB surpreende a todos ao sair da quarta posição nas pesquisas (4%, de acordo com o IBOPE, em julho) chegando ao primeiro lugar.

O excesso de farpas trocado entre os opositores desde a estreia da campanha dividiu os eleitores. As pesquisas, além de um elevado percentual de indecisos, indicavam que naquele momento os gaúchos estavam cansados da bipolarização direita x esquerda protagonizada por Britto/PPS e Tarso/PT, e que não queriam ver brigas e críticas nos programas de campanha eleitoral (Biancamano, 2003). Germano Antônio Rigotto, com baixos índices de rejeição, representava o PMDB, partido forte e com boa estrutura no Estado, poderia ser, como foi, a terceira via e a alternativa para os muitos insatisfeitos com os candidatos do PPS e do PT, já que Tarso Genro representava a continuidade. Rigotto elege-se governador do RS, estado cuja natureza histórica sempre foi a dicotomia, a campanha bem sucedida para o governo em 2002 confirma a alternância, mas também indica haver espaço para uma terceira opção (Machado, 2004).

Foram seis os debates no primeiro turno em 2002 - 07/07 (TVCOM), 23/07 (TV Guaíba), 11/08 (TV Bandeirantes), 26/09 (TV Pampa), 02/10 (RBS TV), 03/10 (TVE) – e os candidatos presentes foram Tarso Genro (PT), Caleb de Oliveira (PSB), Antônio Britto (PPS), José Fortunati (PDT)⁵², Aroldo Medina (PL), Germano Rigotto (PMDB), Celso Bernardi (PPB), Carlos Schneider (PSC), José Vilhena (PV). No turno final foram três debates entre Germano Rigotto e Tarso Genro: 13/10 (TVCOM), 14/10 (TV Bandeirantes), 24/10 (RBS TV).

5.7. Campanha para o governo do RS em 2006

⁵¹ Partido da Causa Operária.

⁵²O candidato do PDT não participou dos debates realizados pela Bandeirantes e pela TV Pampa.

Yeda Rorato Crusius foi a primeira e única mulher eleita governadora do Rio Grande do Sul. Ela disputa e vence a campanha em 2006 com o apoio da aliança Rio Grande Afirmativo (PSDB, PFL, PPS, PSC, PL, PAN, PRTB, PHS⁵³, PTC⁵⁴, Prona, e PTdoB), tendo um grupo de astros de primeira grandeza da política gaúcha como seus adversários: o governador em exercício, Germano Rigotto, que buscava a reeleição via União pelo Rio Grande (PMDB, PTB e PMN); o ex-prefeito de Porto Alegre, ex-governador e ex-ministro das Cidades, Olívio Dutra, da Frente Popular – A Força do Povo (PT e PCdoB); o ex-prefeito de Porto Alegre e ex-governador Alceu Collares, do PDT; o ex-ministro da Agricultura Francisco Turra, do PP; e outros cinco representantes de partidos menores, Roberto Robaina (Frente de Esquerda - PSOL⁵⁵, PCB e PSTU); Guilherme Giordano (PCO); Pedro Couto (PSDC⁵⁶); Beto Grill (PSB); Edison Pereira (PV) (Bueno e Miskulim, 2013).

No começo da campanha, Yeda aparece mal colocada nas pesquisas, tinha menos de 10% das intenções de voto; a disputa mostrava-se polarizada entre Rigotto (PMDB) e Olívio (PT) (ambos com cerca de 30% nas sondagens). O PSDB era um partido pequeno no RS, mas fez aliança com o PFL, que indicou o candidato a vice, o empresário Paulo Afonso Feijó. Foi uma eleição marcada pelo voto útil, ou seja, nas vésperas do primeiro turno, as pesquisas indicavam o crescimento de Yeda, mas ainda insuficiente para chegar ao segundo turno. No dia da eleição, um fenômeno de comportamento de votos se confirma: uma parte do eleitorado anti-PT, disposto a votar em Rigotto, aposta em Yeda para impedir que Olívio fosse ao segundo turno. Essa onda ganha força e acaba deixando de fora do segundo turno o candidato Rigotto, que liderava as pesquisas. O resultado foi 32,9% para Yeda, contra 27,39% de Olívio Dutra e 27,12% de Germano Rigotto. No turno decisivo, a candidata pelo PSDB obteve 53,94% dos votos, contra 49,06% de Olívio (Scola, 2018).

⁵³Partido Humanista da Solidariedade.

⁵⁴Partido Trabalhista Cristão.

⁵⁵ Partido Socialismo e Liberdade.

⁵⁶Partido Social Democrata Cristão, atualmente Democracia Cristã.

No primeiro turno nesse ano foram três os debates - 22/08 (TVCOM), 25/09 (TVE), 27/09 (RBS TV) – e neles comparecem Yeda Crusius⁵⁷(PSDB), Edison Pereira (PV), Beto Grill (PSB), Francisco Turra (PP), Alceu Collares (PDT), Roberto Robaina (PSOL), Olívio Dutra (PT) e Germano Rigotto (PMDB) concorrendo à reeleição. O segundo turno é disputado entre Yeda Crusius e Olívio Dutra, que debatem em três datas - 10/10 (TV Bandeirantes), 14/10 (TVCOM), 26/10 (RBS TV) -

5.8. Campanha para o governo do RS em 2010

O cargo de governador do RS, em 2010, foi disputado por nove candidatos representando coligações ou partidos: Tarso Genro (É pra frente que se anda - PT/PCdoB/PSB/PR), José Fogaça (Junto pelo Rio Grande - PMDB/PDT/PSDC), Yeda Crusius (Confirma Rio Grande - PSDB/PRB/PP/PSL/PSC/PPS/PTdoB), Pedro Ruas (PSOL), Montserrat Martins (PV), Carlos Schneider (PMN), Humberto Carvalho (PCB), Julio Flores (PSTU) e Major Medina (Despertar Farroupilha - PRP/PTC) (*Zero Hora*, 1. jul. 2010, p. 8).

A campanha repete a fragmentação muito característica do RS: PT de um lado e PMDB de outro e, como a força intermediária, o PSDB. Por este partido, a governadora Yeda candidata-se à reeleição, mas tem que enfrentar o desgaste dos últimos quatro anos de gestão do Estado. José Fogaça troca de partido, renuncia ao cargo de prefeito de Porto Alegre, para a qual se reelegera dois anos antes, gerando uma série de críticas nos campos político e midiático. Nesse clima, ocorre o chamado “alinhamento das estrelas”⁵⁸: Lula, após dois mandatos seguidos na presidência da República, encaminha a sucessão para Dilma Rousseff, e apoia Tarso Fernando Herz Genro, duas vezes prefeito de Porto Alegre, ministro da Educação, das Relações Institucionais e da Justiça. O candidato do PT foi o primeiro, e até agora o único, governador do Rio Grande do Sul a ser eleito no primeiro turno, obtendo 54,35% dos votos válidos (TRE)⁵⁹. Foram realizados três debates na televisão, nos

⁵⁷Yeda só compareceu a dois debates, esteve ausente no realizado pela TVE.

⁵⁸Uma estrela vermelha é o símbolo do PT, a expressão “alinhamento das estrelas” significa que este partido conquistara os governos estadual e federal.

⁵⁹ Disponível em: <http://capa.tre-rs.jus.br/eleicoes/2010/1turno/RS.html>. Acesso em: 29 jun. 2019.

dias 12/08 (TV Bandeirantes), 14/09 (Rede Pampa) e 28/09 (RBS TV) com a presença dos candidatos José Fogaça (PMDB), Tarso Genro (PT), Yeda Crusius (PSDB), Pedro Ruas (PSOL), Carlos Schneider (PMN), Montserrat Martins (PV) e Aroldo Medina (PRP).

5.9. Campanha para o governo do RS em 2014

O cenário eleitoral mostrou-se conturbado em 2014, ocasião em que uma série de escândalos envolvendo partidos e parlamentares brasileiros vieram à tona, aumentando ainda mais o descrédito com a política, nas instituições e nos seus representantes. Desde a turbulência “Mensalão”⁶⁰, estavam arranhadas a imagem de partidos como o PT, PMDB e PP, aliados em nível nacional e concorrendo ao governo do RS nesse ano. Outro ponto de tensão foram os Movimentos de Junho de 2013, convocados pelas redes sociais e que levaram milhares de jovens às ruas de todo o País para protestar, inicialmente, contra o aumento no valor da passagem do transporte público urbano e contra a corrupção. Por fim, a Operação Lava Jato⁶¹, deflagrada em março de 2014, e que desde então vem investigando políticos e empresários em relação ao desvio de verbas relacionadas ao caixa 2 nas campanhas eleitorais, propinas e compra de apoio para aprovação de emendas parlamentares para favorecer a iniciativa privada, sobretudo em ligações com a estatal Petrobras, e em obras públicas através de construtoras como OAS e Odebrecht.

A disputa eleitoral foi marcada por embates, agressividade e trocas de acusações entre candidatos, tanto no HGPE quanto nos debates, mostrando o acirramento político que o país vivia dividido entre

⁶⁰No dia 6 de junho de 2005, o jornal *Folha de S.Paulo* publicou uma entrevista com o deputado federal Roberto Jefferson (PTB-RJ), na qual ele revelava a existência do pagamento de propina para parlamentares. Segundo o presidente do PTB, congressistas aliados recebiam o que chamou de um "mensalão" de R\$ 30 mil do então tesoureiro do PT, Delúbio Soares. O esquema teria sido realizado entre 2003 e 2004, segundo relatório final da CPI dos Correios, e durado até o início de 2005 (UOL NOTÍCIAS, 2012).

⁶¹ Nesse esquema, grandes empreiteiras organizadas em cartel pagavam propina para altos executivos da estatal e outros agentes públicos. O valor da propina variava de 1% a 5% do montante total de contratos bilionários superfaturados. Esse suborno era distribuído por meio de operadores financeiros do esquema, incluindo doleiros investigados na primeira etapa (Lava Jato MPF, 2017).

esquerda e direita. No RS, PP e PMDB atacam os governos do PT no Estado e no Brasil, havia críticas dos professores ao então governador do PT que não lhes pagara o piso salarial, além de denúncias sobre a situação econômica, a dívida junto à União e a “quebra” do RS, propondo, mesmo que por vezes de forma indireta, uma volta às práticas neoliberais (Coutinho, 2017, p. 25-26).

O PMDB lançou José Ivo Sartori ao governo do RS mais para marcar posição, pois nem o próprio candidato acreditava que poderia vencer, uma vez que aparecia nas pesquisas na quarta colocação, com 4% das intenções de voto (Martinelli, 2017 apud Coutinho, 2017, p. 53). Disputaram o governo do Estado, em 2014, os candidatos Humberto Carvalho (PCB), sem coligação; Edison Estivalet (PRTB), sem coligação; Roberto Robaina (PSOL), coligação Frente de Esquerda (PSOL/PSTU); Vieira da Cunha (PDT), coligação o Rio Grande Merece Mais (PDT/PSC/DEM⁶²/PV/PEN⁶³); Ana Amélia Lemos (PP), coligação Esperança que une o Rio Grande (PP/PRB/PSDB/SD⁶⁴); Tarso Genro do Partido dos Trabalhadores (PT), coligação Unidade Popular pelo Rio Grande (PT/PTC/PT do B/PROS⁶⁵/PPL⁶⁶/PTB/PR⁶⁷); e José Ivo Sartori do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), coligação O novo caminho para o Rio Grande (PMDB/PSD/PPS/PSB/PHS/PT do B/PSL/PSDC) (Coutinho, 2017).

Sobre a colocação dos sete concorrentes, Sartori era desconhecido de 70% dos gaúchos, “Tarso Genro era o candidato em melhor posição, na condição de governador e com o capital político que lhe dera a vitória no primeiro turno, em 2010, contra Yeda Crusius, com 54,35% dos votos”. Mas o cenário nacional e local, “lhe era desfavorável, conforme pesquisa prévia à campanha, na qual Ana Amélia Lemos (PP) aparecia na liderança das intenções de votos” (Weber, Luz e Barreras,

⁶²Democratas.

⁶³Partido Ecológico Nacional, hoje Patriotas.

⁶⁴Solidariedade.

⁶⁵Partido Republicano da Ordem Social.

⁶⁶Partido Pátria Livre.

⁶⁷Partido Republicano.

2015, p. 3).

Sartori inicia a campanha desacreditado e cresce lentamente; em meio às acusações e denúncias de Tarso contra Ana Amélia, o peemedebista acaba ultrapassando a líder nas pesquisas e vence o primeiro turno. Na disputa final, Sartori recebe apoio da candidata derrotada Ana Amélia Lemos (PP), de Marina Silva e de Aécio Neves⁶⁸. O peemedebista é beneficiado pela coligação que concorre em segundo turno em nível federal: o candidato a vice, Michel Temer/PMDB, o apoia também, a candidata a presidenta Dilma Rousseff/ PT opta por não fazer campanha explícita para Tarso Genro. Essas condições aumentam ainda mais a distância de Sartori, que faz 61,21% dos válidos e confirma a vitória construída desde o primeiro turno (Coutinho, 2017, p. 25-26).

Realizaram-se três debates no primeiro turno dessa campanha, nos dias 29/08 (Band RS), 05/09 (TVCOM), 30/09 (RBS TV), neles estiveram os candidatos Ana Amélia Lemos (PP), João Carlos Rodrigues⁶⁹(PMN), José Ivo Sartori (PMDB), Roberto Robaina (PSOL), Tarso Genro (PT) e Vieira da Cunha (PDT), Edson Estivalete⁷⁰(PRTB). Tarso e Sartori passam ao segundo turno e em cinco oportunidades confrontam-se na televisão: 14/10 (TV Pampa⁷¹), 16/10 (Band RS), 17/10 (SBT RS⁷²), 19/10 (Record), 23/10 (RBS TV). Este último será objeto da análise no próximo item.

6. O debate final da campanha de 2014

O debate promovido pela RBS TV, na quinta-feira, 23/10, a partir das 22h, foi o último grande ato midiático da campanha, que se encerra, por imposição da lei, 48 horas antes dia da votação. O então governador petista Tarso Genro, candidato à reeleição, enfrentou José

⁶⁸Marina Silva (PSB) e Aécio Neves (PSDB) foram candidatos à presidência da República em 2014, Aécio disputa e perde o segundo turno para Dilma Rousseff (PT).

⁶⁹Não compareceu ao debate realizado pela RBSTV.

⁷⁰Não compareceu ao debate realizado pela Band RS.

⁷¹Transmitido também pela Rádio Guaíba.

⁷²Sistema Brasileiro de Televisão.

Ivo Sartori, representante do PMDB, em debate do tipo convencional direto (os dois apareceram frente a frente, em pé numa tribuna). A mediação coube a Túlio Milman, postado junto à câmara; o jornalista abre o evento, explica as regras e controla o tempo. A duração foi de aproximadamente 45 minutos distribuídos em três blocos. No primeiro, as apresentações e perguntas entre os dois debatedores com tema livre. No bloco do meio, as perguntas foram sorteadas obedecendo a temas pré-determinados pela organização (foram três: corrupção, segurança e renegociação da dívida do Estado). No último bloco o tempo foi para as considerações finais dos candidatos. Todas as intervenções dos debatedores tiveram a sua ordem definida por sorteio.

Vimos e revimos os textos visual, verbal e comportamental, o conteúdo dos discursos e os argumentos dos dois participantes, que apareceram na tela impecavelmente barbeados, Sartori com maquiagem um pouco mais carregada e um adesivo na lapela do paletó com o número da sua candidatura. Ambos vestiam terno escuro, o do candidato do PMDB com corte elegante, camisa branca e gravata azul; Tarso portava camisa azul clara e gravata vermelha. No plano comportamental, não observamos confronto mais áspero entre Tarso e Sartori; o que nos leva a concordar com a colunista de política do Grupo RBS, Rosane de Oliveira, que classificou o debate como morno (*Zero Hora*, 24 out. 2014, p. 8).

Destacamos dos discursos verbais de Sartori⁷³ argumentos que emergiram das suas respostas, réplicas ou tréplicas e que podem ter contribuído para que a maioria dos eleitores gaúchos optassem por mudar a condução do Estado: "Represento aqui aqueles que desejam a mudança no estado do Rio Grande do Sul"; "O Estado precisa voltar a funcionar, avançar e crescer". Questionado por Tarso sobre não ter propostas concretas, o peemedebista justifica não saber a situação do Estado, pois existe uma "caixa preta". Afirma "Eu quero olhar para frente, eu tenho que acreditar que é possível mudar sim e que o Rio Grande, como outros estados brasileiros, tenham outra capacidade"; "Nós queremos unir, agregar para o futuro que é a melhor maneira do

⁷³Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/eleicoes/2014/noticia/2014/10/sartori-e-tarso-confrontam-propostas-no-ultimo-debate-antes-do-2-turno.html>. Acesso em: 20 jul. 2019.

RS sair da crise"; "A realidade é que tem que lutar politicamente para tirar o estado do lugar em que ele se encontra".

Sartori traz dados sobre o aumento da insegurança no RS, informa sobre como combateu a criminalidade em Caxias do Sul, rebate "Senhor e senhora, para quem diz que eu não tenho propostas" e afirma-se adepto à "cultura da paz e da não violência". No bloco final o candidato fala após Tarso:

Com certeza, chegou a hora mais importante da democracia. Nós estamos na hora decisiva da mudança do Rio Grande do Sul. Estou me apresentando para justamente fazer essa mudança. Estou motivado, tenho experiência, tive uma boa equipe que me ajudou a fazer uma grande gestão durante oito anos em Caxias do Sul. Sou daqueles que acha que um bom administrador não é o que promete, mas o que sabe fazer. Fazer para todos, para todos os setores, para todas as regiões, com equilíbrio, fazendo um governo plural, democrático, aberto e transparente. Eu tenho certeza de que é preciso fazer as coisas do jeito certo, mas especialmente para funcionar para senhora e para o senhor, para suas famílias e para todas as pessoas. Eu estou preparado, tenho experiência e sei como fazer. [...] Sei liderar um processo para colocar o RS no lugar que ele merece. [...] Meu partido é o Rio Grande. Vote 15. Vote Sartori (G1, 24 out. 2014).

Revisamos a cobertura dos portais G1 e GaúchaZH para saber como repercutiram o debate final. No dia seguinte, o principal portal de notícias do RS informa que do lado de fora do prédio da emissora estavam só os militantes petistas e que havia uma tela para que pudessem assistir a transmissão. A mesma notícia indica que os simpatizantes do PMDB não compareceram devido a um ataque no comitê da campanha e a agressão de um militante em um outro debate na Rádio Gaúcha (GaúchaZH, 24 out. 2014).

A página G1 tem links que propõem interação com o internauta-eleitor: "[Veja como foi a cobertura completa do debate](#)"; "[Confira a galeria de fotos do debate realizado na RBS TV](#)"; "[Jogo Eleitoral: analise as propostas e veja com qual candidato você mais se identifica](#)";

[“Confira a página especial e as propostas do candidato José Ivo Sartori, do PMDB”](#), [“Veja a página especial e as propostas do candidato Tarso Genro \(PT\)”](#). No Portal G1 também há avaliações dos candidatos sobre o debate, para Tarso

esses debates que são feitos em cadeias muito amplas, com grande audiência, são fundamentais para decidir a eleição. Acho que os eleitores estão formando opinião desde ontem. Então estamos otimistas, sabemos que fizemos um bom trabalho, uma campanha honesta, respeitosa, muito clara para o futuro do estado (...) Também vi honestidade de propósito do meu adversário, mas não vi nenhuma proposta de futuro. Então a sociedade vai escolher. Se quiser um programa definido, vem conosco. Se quiser um salto no escuro, vote no adversário (G1, 23 out. 2014).

Sartori classifica o debate como

tranquilo, sereno, cada candidato com suas posições. Uma pequena estocadinha daqui, outra estocadinha dali, mas faz parte da convivência. Acho que é um momento importante, ingressamos em um momento muito sério e responsável das eleições e vou pedir a todos serenidade e consciência tranqüila (...) É uma decisão muito importante para a vida do Rio Grande do Sul e eu me coloco à disposição. Fiz muita força nessa caminhada, mas sempre pedindo a todos com muita alegria e muita humildade. Nada está ganho (G1, 23 out. 2014).

7. Considerações finais

Os debates são acontecimentos políticos e midiáticos que prestam serviço à jovem democracia brasileira. A sua realização, durante as campanhas eleitorais, são fundamentais para a formação da opinião dos cidadãos-eleitores, tornando-os mais aptos a decidirem o voto. Considerando a grande audiência que os debates atraem, e a sua capacidade de reverberarem junto às mídias e ao tecido social, os debates integram a agenda dos candidatos, pois são espaços-tempos privilegiados para propagarem ainda mais as suas plataformas, propostas e promessas.

Em todas as campanhas eleitorais para o governo do RS, entre 1982 e 2014, a televisão exibiu debates e a quantidade foi crescendo ao longo dos anos: de três ou quatro nos cinco primeiros pleitos, passam a dez em 2002, seis na disputa seguinte, três no único turno de 2010 e oito durante os dois turnos de 2014.

A atual diversidade das mídias amplia as possibilidades de transmissão dos debates, entretanto, as emissoras de televisão seguem tomando a iniciativa de promovê-los, o que lhes habilita a imporem os seus protocolos técnicos e estéticos, que resultam na diferenciação de modelos e nos tipos de debates.

O resultado das nove campanhas eleitorais para o cargo de governador do RS, período 1982 a 2014, confirma a alternância de político e partido, condição que se explica com a revisão das raízes e da cultura política de desconfiança dos gaúchos; corrobora o atual modelo de organização econômico-estatal que dificulta a gestão dos estados brasileiros, independente de quem seja o eleito, alinhado ou não com o governo federal.

No Rio Grande do Sul, em especial, a dívida interna vem se agravando e comprometendo a situação financeira e fiscal do estado. Independente das suas origens e causas, é problema para quem assume o governo, uma “herança maldita”. O seu enfrentamento, ou não, pode ser uma das barreiras para quem pleiteou a reeleição.

Dentro da complexidade de um processo eleitoral, a decisão de voto apresenta componentes objetivos e outros nem tanto. Assim, seria arriscado creditar o sucesso de um candidato apenas às estratégias e táticas de comunicação. Estas articuladas ao contexto político e eleitoral podem sim contribuir para a vitória. Por esta razão revisamos as intervenções de Sartori no último debate de 2014 buscando indicadores visuais, verbais e comportamentais que possibilitassem compreender como o candidato construiu o discurso da mudança.

Desde o primeiro turno, o candidato do PMDB já vinha se apresentando como a terceira via - entre o PT, que pretendia reeleger Tarso, e Ana Amélia, candidata pelo PP e vinculada à RBS, principal grupo de mídia do RS. Sartori colocou-se à parte da própria política, assumiu o Rio Grande como partido no slogan da campanha, seus discursos e materiais visuais pouco referem a sua filiação partidária. E

esse descolamento da cena política pode ter sido o escudo para as cobranças dos adversários, das mídias e de categorias como a dos professores, Sartori não apresenta propostas mais diretas para os problemas do Estado, tampouco se compromete.

Para conquistar o voto dos indecisos, no ato derradeiro da campanha, José Ivo Sartori enfrentou de forma direta o então governador petista Tarso Genro, cumprindo com destaque todos os protocolos estéticos da propaganda política na televisão. O primeiro deles foi apresentar-se impecavelmente barbeado, com terno elegante e identificar, durante todas as suas aparições, o número da sua candidatura em adesivo na lapela do paletó. O candidato 15, desde o primeiro bloco, anuncia-se “representante dos que desejavam a mudança” e esta seria necessária para combater a insegurança no RS (ele apresenta dados estatísticos) e para o estado do Rio Grande do Sul “voltar a funcionar, avançar e crescer”.

Sartori valida a sua capacidade de governar elencando experiência e realizações dos seus oito anos como prefeito de Caxias do Sul. Ao mesmo tempo coloca em cheque o opositor, que tentava a reeleição, questionando a situação financeira, a dívida e a “caixa-preta do Estado. Ele evoca a esperança ao afirmar “olhar para frente” e ao acreditar ser possível “sair da crise” e “mudar o Rio Grande”. A ênfase de Sartori à sua “cultura da paz e da não violência”, junto com a ausência de simpatizantes do PMDB para recebê-lo antes do debate da RBS, fato bastante incomum e noticiado no dia seguinte no jornal *Zero Hora*, podem ter sido estratégicos para chamuscar a imagem dos militantes do PT, acusados de ataque a um comitê do PMDB e por agredirem um simpatizante de Sartori em um outro debate.

Sartori tem a vantagem no sorteio, fala depois de Tarso no bloco derradeiro para celebrar a democracia, lembrar a hora decisiva da mudança no Rio Grande do Sul, que ele quer fazê-la, tem motivação e a experiência do bom administrador, que não promete, mas sabe fazer, com equilíbrio e para todos, como deve ser um governo plural, democrático, aberto e transparente. “Eu estou preparado, tenho experiência e sei como colocar o RS no lugar que ele merece. Meu partido é o Rio Grande. Vote 15. Vote Sartori” foram as últimas palavras. Não foram rebatidas.

Referências bibliográficas

- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Biancamano, P. R. (2003). *O marketing político nas eleições para governador do Estado do Rio Grande do Sul em 2002: o caso do candidato Germano Rigotto*. Monografia (Graduação em Administração), UFRGS.
- Bueno, R. e Miskulim, K. (2013). *Recontando a história do Rio Grande do Sul: os governos e governantes pós-redemocratização*. Porto Alegre: Instituto Voto.
- Coutinho, F. (2017). *Posicionamento da candidatura e imagem de Sartori na campanha para o Governo do Rio Grande do Sul em 2014: análise de seis spots eleitorais veiculados no primeiro turno*. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, Departamento de Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Duarte, J. e Barros, A. (orgs.) (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas.
- Machado, M. B. (2004). *Estratégias híbridas de ação política e mercadológica: Estudo dos discursos normativo, jornalístico e publicitário do jornal Zero Hora, no período 1998-2004*. Tese (Doutorado em Comunicação Social), Porto Alegre: PUCRS..
- Machado, M. B. (1998) e Noschang, F. A. (2019). *A Campanha de Alceu Collares para o Governo do Rio Grande do Sul em 1990*. Em: Encontro Nacional De História Da Mídia, 12., 2019, Natal.
- Marcondes Filho, C. (1988). *Televisão: A vida pelo vídeo*. São Paulo: Editora Moderna.
- Menegat, F. e Machado, M. B. da Costa (2019). *Alceu Collares e a institucionalização da sigla PDT no RS*. Em: Encontro Regional Sul De História Da Mídia, 6, 2016, Ponta Grossa. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/sul/6o-encontro-2016/historia-da-publicidade-e-da-comunicacao-institucional/alceu-collares-e-a-institucionalizacao-da-sigla-pdt-no-rs/view>
- Orlandi, E. (2002). *Análise de Discurso: Princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes.
- Pinto, M. José (1999). *Comunicação e Discurso: Introdução à análise de discursos*. São Paulo: Hacker.

- Rubim, A. A. (2000). *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*. São Paulo: Hacker.
- Weber, M. H, Luz, A. J. A e Barreras, S. B. (2015). *Equação da política provisória: a propaganda eleitoral para governador do RS em 2014*. XIV Encontro Nacional Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação Anais. Brasília.
- Weber, M. H. e Abreu, C. R. (2010). “Debate político-eleitoral na televisão: jogo de cena e dispositivo estratégico”. Em: L. F. Miguel e F. Biroli (orgs.), *Mídia, representação e democracia no Brasil - estudos sobre comunicação política*. São Paulo: Hucitec.

Outros documentos

- Britto Filho, A. (2016). *Antônio Britto: depoimento [2016]*. Entrevista por e-mail, concedida ao Projeto de Pesquisa Propaganda e Democracia: Campanhas Vencedoras para o Governo do Rio Grande do Sul entre 1982 e 2014.

Cautela marca o último debate entre Sartori e

Tarso. GaúchaZH, 23 out. 2014. Disponível em:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2014/10/Cautela-marca-o-ultimo-debate-entre-Sartori-e-Tarso-4627772.html>

Acesso em: 05 ago. 2019.

- Da Fronteira à pizza: os bastidores do último debate da eleição para governador do RS. *GaúchaZH*, 24 out. 2014. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2014/10/Da-fronteira-a-pizza-os-bastidores-do-ultimo-debate-da-eleicao-para-governador-do-RS-4627808.html> Acesso em: 05 ago. 2019.

- Entenda o caso *Lava Jato MPF*. Disponível em:

<http://lavajato.mpf.mp.br/entenda-ocaso.%20Acesso%20em:%2007%20jun.%202017>

- Relembre o que é o mensalão, veja os envolvidos e o que pode acontecer. *Uol Notícias*, 30 set. 2012. Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/infograficos/2012/07/30/oescandal-do-mensalao.html> Acesso em: 07 jun. 2017

- Sartori e Tarso confrontam propostas no último debate antes do 2º turno. *G1*, 24 out. 2014. Disponível em:

<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/eleicoes/2014/noticia/2014/10/sartori-e-tarso-confrontam-propostas-no-ultimo-debate-antes-do-2-turno.html>

Acesso em: 05 ago. 2019.

- Sartori e Tarso se enfrentam no último debate do 2º turno esta noite. *GaúchaZH*, 23 out. 2014. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2014/10/sartori-e-tarso-se-enfrentam-no-ultimo-debate-do-2o-turno-esta-noite-cj5vr5ejs0qkkxbj0zfce85gh.html> Acesso em: 05 ago. 2019.
- Scola, Daniel (Brasil). Rádio Gaúcha. *Podcast Memória Eleitoral*. 2018. Disponível em: <https://soundcloud.com/radiogaucha/sets/memoria-eleitoral>. Acesso em: 21 jun. 2019
- Soares, Jair. *Jair Soares*: depoimento [set. 2013]. Entrevistadores: A. Brächer e M. Machado. Porto Alegre: Residência do Político, 2013. 1 fita cassete (180min), 3 ¾ pps, estéreo. Entrevista concedida ao Projeto de Pesquisa Processos Comunicacionais e a Redemocratização no Rio Grande do Sul.
- Zero Hora*. Edições de agosto a outubro de 1986.
- Zero Hora*, 9. jul. 1994, p. 6.
- Zero Hora*, 1. jul. 2010, p. 8.
- Zero Hora*, 24. out. 2014, p. 8.