

ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2002: TELECERIMÔNIA E DEBATE POLÍTICO

Luciana Silva Santos¹, Itania Maria Mota Gomes²

1- Vila Angaturama, n.42, Residencial Mirante do Vale, Bl 04, ap.04, Cosme de Farias, Salvador-Bahia, CEP – 40252-030 – lss@uefs.br

2- Faculdade de Comunicação da UFBA, Rua Barão de Geremoabo, s/n, Ondina, Salvador-Bahia- Brasil, CEP 40000-000

Palavras-chave: Debate político, acontecimento midiático, telecerimônia

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

Este trabalho se fundamenta na análise do debate entre os candidatos à Presidência da República do Brasil, os Srs. Luis Inácio Lula da Silva e José Serra, realizado pela Rede Globo de Televisão no dia 25 de outubro de 2002. A escolha desse *corpus* de análise se deu devido à observação de que o debate foi estruturado de forma a permitir sua categorização como Competição, dentro do gênero acontecimento midiático. Inicialmente, se faz necessário discorrer sobre em que consiste o gênero acontecimento midiático (*media events*) também chamado telecerimônia e como se apresenta sua tipologia. Em seu livro “A história em directo: os acontecimentos midiáticos na televisão”, Dayan e Katz apresentam o gênero acontecimento midiático, resultado de anos de pesquisa sobre um acontecimento televisivo que não se enquadrava nos moldes do acontecimento noticioso. O gênero acontecimento midiático pode ser identificado através de características que lhes são peculiares e que possibilitam fazer a distinção entre um evento noticioso e um evento midiático. As características identificadas pelos autores são: não serem rotineiros; organizados normalmente fora das medias; são transmitidos em tempo real, organizados por instituições públicas, organizações internacionais ou outras organizações inseridas no sistema; são pré-planejados (anunciados e publicitados com antecedência) e, por serem ao vivo, carregam a tensão da imprevisibilidade. Além dessas características, também mobilizam grandes audiências e têm grande relevância para uma nação ou para o mundo, representando um ponto de viragem, um ponto de mudança. Para definição dos acontecimentos midiáticos os autores defendem que estes possuem uma retórica própria, que pode ser identificada através de traços extraídos de três categorias lingüísticas: a sintaxe, a semântica e a pragmática. Para os autores, “uma cerimônia interrompe o fluxo da vida cotidiana (sintática); trata com reverência de assuntos sagrados (semântica); e envolve a resposta (pragmática) de uma audiência empenhada” (DAYAN e KATZ, 1999, P. 27).

Ainda com a proposta de definir ao máximo o *corpus* de análise, os autores estabeleceram três categorias de eventos midiáticos: Competição, Conquista e Coroação. Cada categoria foi nomeada de acordo com a forma narrativa adotada – narrativa esta que determina papéis e modos de encenação. Com essa analogia entre os acontecimentos e os fundamentos da autoridade legitimada de Weber têm-se as categorias narrativas caracterizadas da seguinte forma: a) Competições: que ressaltam a racionalidade e a legalidade do sistema com a realização de confrontos baseados em regras pré-estabelecidas; b) Conquistas: que, para os autores, apresentam “dois tipos de provação: (1) ultrapassar os limites conhecidos através de um ato de vontade (2) a consequente sedução carismática”, e c) Coroações: que têm suas regras estabelecidas pela tradição, atualizando a memória histórica de uma sociedade. Utilizaremos a categoria Competição para a análise, na qual se enquadram os debates televisionados e os jogos. Os autores apresentam em seu livro um quadro com as dimensões de cada uma das categorias, sendo que as dimensões observadas para a Competição foram: a) periodicidade: fixa (cíclica); b) normas: regras acordadas; c) local (palco): arena, estádio, fórum, estúdio; d) oponentes: homem X homem; e) probabilidades: iguais; f) drama: quem irá ganhar; g) papel do protagonista: joga honestamente, ganha o melhor, quem perde tem outra oportunidade; h) papel do comentarista da TV: não toma partido; i) papel da audiência: juiz; j) mensagem: as normas são supremas; l) forma de autoridade: racional-legal; m) relação com a gestão do conflito: enquadra, miniaturiza, humaniza o conflito; n) orientação do tempo: presente. O debate entre os candidatos realizado pela Rede Globo de Televisão em 25 de outubro tem essas dimensões facilmente identificadas em sua estrutura. No âmbito das competições, tanto nos jogos como nos debates existe a valorização das regras e da garantia de igualdade de condições na disputa. Porém, um fator relevante para os debates ainda se constitui na retórica.

Apesar do fator tempo ser exaltado como elemento de equilíbrio na disputa, o discurso se coloca como o instrumento de “luta”, como a arma que cada um dos participantes dispõe no embate. O discurso dos participantes – entendendo por discurso o conjunto entre fala e encenação – serve como parâmetro de julgamento de quem será o vencedor. Vários dos elementos citados serão melhor abordados no decorrer do texto, quando elementos característicos do evento analisados serão melhor abordados dentro da perspectiva das competições. A realização do último debate do segundo turno das eleições presidenciais de 2002 pela Rede Globo de Televisão entre os candidatos Luis Inácio Lula da Silva (PT) e José Serra (PSDB) trouxe inovações para o modelo de debate conhecido até então. De início, a própria estrutura do debate foi diferente das tradicionais, além do que a transmissão foi feita não só para o Brasil, quanto para mais vinte países que recebem o sinal da Globo Internacional (GNT). Além da estrutura de realização ser diferenciada, o momento de realização também o foi. A proposta do evento, desde a forma de sua constituição, foi oferecer elementos que possibilitassem aos eleitores indecisos quanto a quem direcionar o seu voto escolher dentre um dos candidatos. O ritual de organização, tanto na seleção do conteúdo do debate – escolha dos eleitores indecisos, formulação das perguntas e preparação dos candidatos - quanto na estrutura física – construção do cenário, disposição das câmeras -, foi divulgado pela emissora em seus telejornais como forma de valorizar a lisura do debate e, também, enaltecendo os recursos humanos, técnicos e financeiros empregados para que o debate fosse realizado. Do pré-planejamento participaram também os candidatos, que passaram a utilizar parte do seu horário eleitoral na TV e no rádio para divulgar o debate e em conjunto consentiram com as regras estabelecidas para o desenvolvimento do encontro. Com isso, a audiência foi convidada e preparada para participar do evento, através da divulgação de quando, onde, com quem e sob que regras que se daria a disputa. O debate foi aguardado como último embate face a face entre os candidatos. O desempenho de cada um teria, certamente, influência no resultado do pleito do dia 27 de outubro, caso os votos dos eleitores indecisos ou mesmos de eleitores não muito convictos sobre seu voto fossem revertidos para um ou outro candidato. A expectativa de como se desenvolveria o encontro, se haveria ou não revelações que comprometessem os candidatos e quais suas possíveis conseqüências na opinião dos eleitores garantiu o tom de imprevisibilidade do acontecimento. Em debates de eleições anteriores a revelação de algo comprometedor ou

revelador que comprometesse a um dos candidatos serviu como fator de tensão. A expectativa em torno do acontecimento era acentuada pela proximidade do dia de votação. O candidato não dispunha mais do horário eleitoral gratuito para desfazer qualquer mal entendido surgido no debate. Era, sim, o embate final. Por todas essas peculiaridades, o esforço em mostrar a idoneidade da proposta de debate foi constante. A emissora divulgou todos os passos, inclusive como se deu a escolha das perguntas. As perguntas não foram formuladas pela emissora. A Rede Globo solicitou ao IBOPE a indicação de eleitores de diferentes regiões do país que se declararam indecisos, os quais foram convidados a participar do debate com a formulação das perguntas que seriam sorteadas durante o programa. O ritual que seguiu à aceitação do eleitor a participar do debate também primou pela legalidade ao máximo: os eleitores não podiam manter contato com outras pessoas que não as da produção, sendo que, até mesmo os telefonemas de familiares eram acompanhados por membros da produção do programa. Tudo feito para garantir de que não haveria “vazamento” do teor das perguntas, tudo para preservar o sigilo e garantir que nenhuma das partes tivesse acesso a informações que comprometessem a legalidade da disputa. Desta forma, a disputa seria feita de acordo com a competência dos candidatos para responderem aos questionamentos levantados, primando pela valorização da questão legal do debate. Neste ponto a dimensão dos oponentes seria realmente homem x homem, sem auxílio de equipe técnica ou assessores. O esforço e a competência individual seriam então avaliadas de fato. A preparação e disposição do cenário também se mostraram bastante peculiares. A arena - como foi denominado pela própria emissora o espaço destinado à permanência dos dois candidatos -, apresentou-se como palco perfeito para a disputa. Os candidatos colocados no centro, tendo à frente o mediador William Bonner e ao seu redor os eleitores indecisos responsáveis pela formulação das perguntas, constituíram um cenário semelhante aos espaços de deliberação da Grécia antiga. Cenários onde o embate político se dava através do poder da retórica. A argumentação racional como o único instrumento capaz de determinar vencedor e vencido e a audiência em seu lugar de juiz, determinando qual dos oponentes se valeu melhor da capacidade argumentativa, se mostrando apto para ser considerado líder político. A construção discursiva do acontecimento se apresentou constantemente direcionada à competição. No início do debate, o mediador, o jornalista William Bonner, esclarece mais uma vez, e, minuciosamente, as regras que vão guiar a

disputa. O tempo sempre regendo o desenrolar das argumentações. Nenhum argumento é suficientemente bom para que não seja interrompido pelo imperativo do tempo. Aos candidatos foram dados dois minutos para responder às perguntas para ele sorteadas, tendo o adversário um minuto para fazer considerações sobre a resposta do adversário. O argumento, para ser perfeito, deveria responder ao questionamento levantado no tempo determinado, unindo concisão e argumentação. O tempo, orientado sempre para o presente, representado por grandes relógios digitais espalhados pela arena, tinha no mediador seu guardião, que não hesitava em ser enérgico ao exigir que os candidatos reduzissem seus argumentos ao tempo a eles destinados. Os candidatos também incorporaram o espírito de competição. Por diversas vezes ambos se referiram ao seu oponente como “meu adversário” e em um momento o candidato José Serra afirmou estarem eles ali “competindo”, como se o *locus* da disputa não fossem as urnas no dia 27 de outubro e, sim, aquele momento, aquela disputa na arena que definiria a vitória ou a derrota. O posicionamento dos candidatos na arena também compunha o discurso de competição. Apesar de ter duas cadeiras na arena reservadas para que ambos pudessem consultar documentos e aguardar seu momento de responder às questões ou fazer comentários, ambos se colocavam na retaguarda do oponente, sempre atento e sempre próximo. A movimentação de ambos no interior da arena, o gestual empregado, a entonação nas falas, tudo compunha uma carga dramática que acentuava a encenação da disputa, disputa esta que trazia em si muito mais que a expectativa pelo desempenho do candidato. Ambos os candidatos carregavam consigo significações que iam além do seu poder argumentativo. A disputa estabelecida na arena procurou enfatizar muito mais a habilidade dialogal dos concorrentes, o caráter racional-legal em detrimento do carisma proveniente de cada um. Sorrisos, palavras acolhedoras ou imagens pré-concebidas dos oponentes davam margem ao poder retórico, à desenvoltura no ritual de encenação construído em torno do debate. Tinha-se em confronto duas personalidades de origens distintas no sistema, dois pólos dialógicos que naquele momento se colocavam frente a frente para uma disputa sob regras, aos olhos do telespectador. A proximidade com os personagens foi garantida pelas câmeras. O telespectador teve visões do conjunto da arena, dos candidatos, do público presente e do tempo através dos relógios. Ao telespectador foi garantido um lugar privilegiado de onde poderia acompanhar cada momento, cada gesto, substituindo a ausência pela sensação de “estar lá”. Dayan e Katz, ao tratarem do papel da

televisão em seu livro, afirmaram que “(...) Quanto mais longe estiver o telespectador do acontecimento – física e psicologicamente – mais a televisão ajuda a ‘levar a casa’ o seu significado, conferindo-lhe interesse e relevância” (DAYAN e KATZ, p.48). Poderíamos dizer que a estrutura apresentada pelo debate aproximou-se da idéia de esfera pública proposta por Habermas (HABERMAS, 1984), em que “chama-se de esfera pública o âmbito da vida social em que se realiza – em várias arenas, por vários instrumentos e em torno de variados objetos de interesse específico – a discussão permanente entre pessoas privadas reunidas em um público”. O espaço público mediatizado construído pelos organizadores apresentou características outras que nos permitem fazer analogia entre a arena apresentada e a esfera pública descrita por Habermas, a exemplo da condução da discussão pela razoabilidade e racionalidade (garantidos pela resposta aos questionamentos e pela argumentação dos candidatos) e a demonstração dialogal, chamada pelo autor de raciocínio público - “processo também competitivo, na medida em que as posições diferenciadas engajam argumentantes em esforços destinados a comprovar a superioridade da própria posição contra qualquer posição em contrário” (HABERMAS, 1984). Naquele espaço, os debatedores não poderiam se valer de recursos outros que não o argumento racional e a capacidade discursiva, convertendo a autoridade política em autoridade racional. A capacidade de governar o país passa a ser mensurada pela habilidade dialogal e a capacidade argumentativa. Nesse cenário, o desempenho dos candidatos é primordial para a afirmação de sua imagem como líder político. Ao encerrar o debate, a audiência tem formado o conceito sobre cada um dos oponentes e, a partir dele, pode avaliar quem foi considerado vencedor e quem foi derrotado. No dia seguinte ao debate, os meios de comunicação, através de seus comentaristas, arriscam opiniões sobre quais dos concorrentes teve melhor desempenho. Também a audiência se manifesta através das pesquisas de opinião, elegendo vencedor e vencido. A divulgação de pesquisas de opinião sobre eventos desse tipo costuma ser adotada como indicador do desempenho dos candidatos. Porém, apesar do debate se ocupar com a legalidade da disputa, não apresenta critérios para avaliação de desempenho de cada oponente. Essa papel de juiz, os organizadores delegam à audiência, que a partir de critérios próprios e nem sempre racionais, determinam vencedor e vencido. Pode-se dizer que os critérios racionais exaltados no debate têm reflexo na audiência? É difícil de se afirmar que necessariamente o candidato que teve melhor desenvoltura no debate tem a

preferência da audiência. Apesar da valorização do aspecto racional-legal da disputa, não se sabe em que medida o carisma e a identificação com o candidato não foram utilizados como critérios de avaliação por parte da audiência. A questão da maneira como a audiência negocia com esse tipo de acontecimento, como produzem sentido a partir dele, ainda parece por falta de uma investigação mais cuidadosa, o que se coloca como uma pista para novas análises.

REFERÊNCIAS

DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu. **A história em directo**: os acontecimentos midiáticos na

televisão. Tradução Ângela e José Carlos Bernardes, Coimbra: Minerva, 1999.

GOMES, Wilson. **Esfera pública, política e media**: com Habermas, contra Habermas. Salvador: [s.n.], [200_].

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Tradução F. Kothe, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

MESQUITA, Mário. Retóricas da comunicação: do jornalismo às telecerimônias. In: **INTERCOM - Revista Brasileira de Comunicação**, São Paulo, vol. XX, n. 2, pág. 65-83, jul./dez. 1997.