



OS PRESIDENCIÁVEIS NO RINGUE ELETRÔNICO

Apontamentos sobre a história dos debates presidenciais televisivos

Janaina Frechiani Lara Leite

Professora da Faculdade de Educação e Comunicação Social – Faesa I (Vitória).

Pesquisadora na Universidade Nova de Lisboa.

Resumo: O presente trabalho, parte da dissertação a ser apresentada à Universidade Nova de Lisboa no Mestrado em Ciências da Comunicação – Estudo dos Media e do Jornalismo, faz um levantamento histórico da realização de debates eleitorais televisivos, a partir dos “Great Debates” entre JFK e Richard Nixon. Aceitando-os como exemplos de “media events” – tal como os definiram Daniel Dayan e Elihu Katz –, a meio caminho entre a cobertura jornalística e a propaganda eleitoral, os teledebates são instrumento de conquista de voto, mas também resultado da evolução e consolidação da democracia. No ringue eletrônico montado nos estúdios de TV, confrontam-se candidatos à presidência, numa lógica competitiva que se assemelha aos Jogos Olímpicos ou à Copa do Mundo. A decisão sobre o vitorioso cabe, no entanto, ao telespectador – respaldado ou influenciado pela mídia.

Palavras-chaves: Debates Eleitorais, “Media Events”, Eleições.

Os debates presidenciais televisivos enquadram-se, para efeitos de análise neste trabalho, naquilo que Daniel Dayan e Elihu Katz definiram como media events: “momentos históricos – quase sempre cerimônias de Estado – que são televisionadas em direto e que fazem parar uma nação ou o mundo”¹. Essas transmissões televisivas podem ser identificadas como interrupções da rotina, tanto da própria programação como da vida cotidiana da audiência, que se preparam para abrigar (a programação) e receber (a audiência) um acontecimento que sabem ser (ou consideram) histórico.

Existe ainda, por parte da audiência, uma espécie de sentimento de obrigatoriedade em assistir, sob pena de, não o fazendo, enfraquecer o vínculo social que liga o indivíduo ao

¹ DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. *A história em directo: os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra: Minerva, 1999. p.17

coletivo. Participar de um media event torna-se, assim, uma obrigação social pela qual se será cobrado posteriormente, ainda que de forma indireta, tanto pela mídia como pela sociedade.

Além de interferir no fluxo normal da transmissão televisiva, os media events são transmitidos ao vivo e publicitados com antecedência. O fato de ser ao vivo traz sempre alguma imprevisibilidade (mesmo com todo o planejamento que precede a sua realização), o que aumenta a tensão em torno do acontecimento. A televisão ao vivo adquiriu, depois da invenção do videotape, um caráter de nobreza e relevância que se incorpora aos acontecimentos mediáticos.

Dayan e Katz subdividem os media events em três categorias, que relacionam aos tipos de autoridade descritos por Max Weber, dos quais seriam “encarnações dramatizadas”². Assim, a Competição – de que os Jogos Olímpicos, Copas do Mundo e debates televisivos são os exemplos mais significativos – corresponde à racionalidade; a Conquista (“passos gigantes para a humanidade”³ como a viagem à Lua), ao carisma; e a Coroação (casamentos, coroações e funerais de membros da realeza, sendo que aqui a “majestade” pode ser estendida ao universo mais mundano da música, do automobilismo e até da própria televisão), à tradição.

O papel desempenhado pela televisão é, nos três casos, ligeiramente distinto. Nas Coroações, sua função é preparar a audiência, criando um clima quase sagrado em torno do evento, e explicar toda a simbologia a ele relacionada. Muitas vezes é necessário resgatar historicamente eventos semelhantes para dar aos atuais telespectadores – muitos dos quais assistem pela primeira vez – a noção da importância do acontecimento em questão.

Nas Conquistas, o papel da televisão é realçar a impossibilidade do feito realizado, a sua dificuldade e grandiosidade, para que a audiência caia petrificada diante do carisma e da coragem do herói. Nas Competições, o fundamental é ressaltar o conflito e as divergências entre os competidores, de forma a dar um relevo ainda maior ao evento.

Assim como os eventos desportivos, os debates televisivos – principalmente aqueles que envolvem candidatos à presidência, por sua importância e capacidade de mobilização mediática – podem ser considerados combates regulamentados, precedidos de longas deliberações a respeito das “regras do jogo”. Sua periodicidade é fixa, e sua credibilidade assenta-se no fato de que se consideram iguais as chances de vitória dos oponentes. Ao final

² DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. op. cit. p.37

³ Idem, *ib.* p.38



do encontro, a pergunta a ser respondida é sempre: “quem ganhou o debate?”, e o juiz do confronto é a audiência, que exerce também o papel de torcida.

A história dos debates eleitorais presidenciais televisivos está ligada a dois pontos principais: 1) tecnologia e 2) evolução e amadurecimento do contexto político. Em primeiro lugar, e é óbvio que assim seja, está a invenção da televisão e sua disseminação enquanto meio de comunicação de massa. Em segundo lugar, o estabelecimento de regimes democráticos e participativos, em que a eleição do cargo máximo da nação se dá através do voto popular.

Prática iniciada em regimes presidenciais, nomeadamente nos Estados Unidos, a realização de debates veio a expandir-se, posteriormente, a regimes parlamentaristas, caso de Espanha; e aos regimes “mistos”, como é o caso português. Em Portugal, dá-se a singularidade de a televisão abrir espaço tanto para confrontos entre candidatos a presidente como a primeiro-ministro.

Em relação à tecnologia, apesar de as pesquisas científicas para conseguir a transmissão de imagens à distância terem começado ainda no século XIX, foi somente em 1920 que o inglês John Logie Baird logrou sucesso. Em 1926, Baird assinou um contrato com a BBC para realizar transmissões experimentais. Na mesma época, o russo Wladimir Zworykin, que havia patenteado um aparelho de tubo de raios catódicos (iconoscópio), foi convidado pela RCA Vitor para estar à frente da equipe que viria a desenvolver o primeiro tubo de televisão, chamado orticon, produzido em escala industrial a partir de 1945.

Em 1935, a televisão foi oficialmente inaugurada na Alemanha e na França, sendo que neste país o posto de transmissão era a Torre Eiffel. Em 1936, foi inaugurada a estação regular da rede inglesa BBC, que já no ano seguinte transmitiu a cerimônia de coroação de Jorge VI. Na Rússia, a televisão começou suas transmissões regulares em 1938; nos Estados Unidos, a National Broadcasting Company (NBC) transmitia, em 1939, para cerca de 400 aparelhos na cidade de Nova Iorque.

No Brasil, a história da televisão está intimamente ligada ao nome de Assis Chateaubriand, dono daquilo que, na década de 40, já era um grande conglomerado de comunicação, englobando jornais e emissoras de rádio em todo o país: os Diários Associados. Em 1948, Chateaubriand viajou aos Estados Unidos para estabelecer contatos comerciais com



a empresa RCA Vitor (associada à rede NBC), responsável por fornecer os equipamentos de televisão que chegariam ao país dois anos depois.

A TV Tupi (nome indígena que Chateaubriand escolheu para batizar a sua emissora) fez sua primeira transmissão em direto na noite de 18 de setembro de 1950. Conforme nos conta Eugênio Bucci, citando o jornalista Fernando Moraes:

“As coisas naquele tempo eram bem menos cronometradas do que hoje. A PRF-3-TV Tupi, depois canal 3, entrou no ar na noite de 18 de setembro de 1950, com mais de uma hora de atraso. Foi um show de improvisação, conforme relata o jornalista Fernando Moraes em *Chatô, o Rei do Brasil*. Na direção daquele primeiro programa brasileiro estavam Dermeval Costa Lima e Cassiano Gabus Mendes, que logo mais seria um dos mais importantes autores de novela do Brasil (Cassiano tinha 20 anos na época e estava contratado como o braço direito de Dermeval, diretor artístico da TV Tupi).”⁴

A improvisação a que se referem Bucci e Moraes deve-se ao fato de uma das câmeras (eram duas) haver quebrado horas antes do início da transmissão. O técnico norte-americano responsável pela manutenção dos equipamentos sugeriu um adiamento, que foi imediatamente rechaçado pelo diretor Cassiano Gabus Mendes. Tudo, então, foi feito com uma única câmera.

A TV Tupi foi a primeira emissora de televisão da América Latina, seguida, no Brasil, pela TV Record (1953) e pela TV Rio (1955), sendo que esta foi a primeira emissora no país a utilizar a tecnologia do videotape (VT), que permitiu a transmissão de programação previamente gravada, e não apenas programas ao vivo.

A popularização da televisão aconteceu rapidamente. De experimento científico, passou a objeto de desejo e garantia de status àqueles que possuíam o aparelho. Foi capaz, inclusive, de deslocar o rádio do lugar de destaque que este ocupava nas salas de convívio das classes mais abastadas. Era comum, também, o hábito de reunir a família e os vizinhos em torno da televisão para assistir os ainda poucos programas transmitidos.

Nesse sentido, o caso português é exemplar. A Radiotelevisão Portuguesa (RTP) foi fundada em 1955, sob controle estatal. Emissões regulares tiveram início em 1957 e já no ano seguinte o número de aparelhos vendidos no país ultrapassou 32 mil, apesar de ter-se instituído, à época, uma taxa a ser paga por todos aqueles que possuíssem aparelhos de televisão.

⁴ BUCCI, Eugênio. www.mre.gov.br/cdbrasil/itamaraty/web/port/comunica/tv/1anos/tvtupi/index.htm



A ligação entre política e televisão é, porém, mais recente. Talvez o mais correto seja utilizar o termo eleições, e não política, já que existe uma tradição de emissoras estatais/públicas em diversos países, principalmente na Europa; e o termo política pode ter significados por demais amplos para o que aqui se sugere.

Segundo informações do American Museum of the Moving Image (www.ammi.org), a primeira utilização do meio para campanha eleitoral presidencial – através de comerciais e programas, e não de debates – foi registrada em 1952, nos EUA: “Os primeiros spots televisivos em campanhas presidenciais apareceram em 1952; e nos anos seguintes eles obtiveram importância crescente no processo de escolha dos presidentes”.

Nesse ano, Adlai Stevenson e Dwight D. Eisenhower disputaram a sucessão do presidente Harry S. Truman, que não se candidatara a um segundo mandato devido à queda de sua popularidade durante a Guerra da Coreia, que seguia no seu terceiro ano. Tanto Eisenhower quanto Stevenson utilizaram programas televisivos mais longos, com cerca de 30 minutos de duração, mas apenas o primeiro lançou mão de spots publicitários em sua campanha, e sagrou-se vitorioso. Debates só vieram a ser transmitidos via televisão oito anos depois, quando o então senador John Fitzgerald Kennedy e o presidente Richard Nixon disputavam a presidência americana na já histórica série de quatro confrontos, os chamados “Great Debates”.

Os primeiros debates entre candidatos a cargo eletivo nos Estados Unidos ocorreram, no entanto, mais de um século antes, no estado de Illinois. Em 1858, o candidato ao Senado Abraham Lincoln desafiou seu adversário Stephen Douglas para sete encontros, inaugurando o que o jornal New York Tribune chamou à época de “uma maneira de discutir questões políticas que deveria ser adotada com mais frequência”⁵. Para Trent e Friedenber, “os debates entre Lincoln e Douglas foram os primeiros debates político-eleitorais importantes da história americana”⁶, principalmente porque, diferentemente de outros casos, os autores consideram que foram debates “verdadeiros”, não se resumindo a simples conferências de imprensa ou discursos.

⁵ JOHANSEN, Robert W. *The Lincoln-Douglas debates*. New York: Oxford University Press, 1965. p.3 citado por TRENT, Judith; FRIEDENBERG, Robert. *Political campaign communication: principles and practices*. New York: Praeger Publishers, 1983. p.233

⁶ TRENT, Judith; FRIEDENBERG, Robert. op.cit. p. 234



J. Jeffery Auer define um debate “verdadeiro” como “(1) um confronto, (2) em tempo igual e adequado, (3) entre opositores de mesmo nível, (4) com temática pré-definida e declarada, (5) para conquistar a audiência”⁷. Para Auer, a ausência dessas características transfiguraria o debate, distanciando-o daquela que seria uma das mais importantes tradições americanas. Ele utilizou o termo “falsificado” (“counterfeit”), em oposição a “verdadeiro”, para denominar os debates presidenciais televisivos, especialmente os chamados “Great Debates”, aos quais voltaremos no decorrer deste trabalho.

Aplicando-se a definição proposta por Auer ao universo mediático televisivo, observamos que não é possível haver teledebates “verdadeiros”, principalmente no que se refere ao cumprimento do chamado tempo ideal. Este é um termo por demais vago: ideal para quem? Para os debatedores? Qual deles? Para a audiência? Para as emissoras de televisão? Os debates entre Lincoln e Douglas (sete, ao todo) tiveram, em média, a duração de sete ou oito horas, o que inviabilizaria (ou no mínimo dificultaria) sua transmissão, quer por parte dos interesses comerciais das emissoras, quer por parte da capacidade/desejo do público em manter a sua atenção.

A questão da correspondência do “nível dos opositores” também é bastante problemática. No caso dos debates presidenciais, os debatedores são todos candidatos ao cargo máximo do país, estando assim em posição política correspondente. Por outro lado, a democracia permite – e é um de seus pontos fulcrais – a candidatura de pessoas com nível social, econômico e cultural diferentes; além de diferente capacidade de utilizar o meio televisivo a seu favor. Enquanto alguns candidatos parecem “bichos de televisão”, tamanha a intimidade e grau de à-vontade que demonstram em estúdio; outros não se saem nada bem. Como, então, podemos afirmar que têm o “mesmo nível”, se essa análise é subjetiva e se o objetivo do debate é exatamente estabelecer diferenças entre os candidatos?

Nilza Mouzinho de Sena faz a distinção entre tempo mediático e tempo político, e apresenta o tempo mediático como uma deturpação que inviabiliza a apreensão racional e a maturação das idéias políticas. Para Sena:

⁷ AUER, J. Jeffery. “The counterfeit debates” in KRAUS, Sidney (ed.). *The great debates: background, perspectives, effects*. Bloomington: Indiana University Press, 1962. pp.142-149 (disponível na íntegra em



“a temporalidade política e a temporalidade instantânea dos media relacionam-se de forma assíncrona, na medida em que o tempo político é longo, requer esforço cognitivo e maturação e o tempo mediático é ínfimo e prazenteiro, sem quaisquer imperativos de foro estritamente racional. (...) Com a crescente mediatização das sociedades, a consistência e temporal clássica que caracterizava o agir político adulterou-se.”⁸

Nas eleições de 1858, que Auer considera um símbolo da tradição americana do confronto de idéias, tendo o convite (ou desafio) partido de Lincoln, foi Douglas quem ditou os termos e as regras sob as quais se realizaram os debates (a definição das “regras do jogo” é, até hoje, considerada um dos momentos cruciais dos debates televisivos e fruto de discussões calorosas entre a assessoria dos candidatos e as redes de televisão). E, apesar do ineditismo de tal confronto político-eleitoral, o tamanho da audiência estava limitado a “cerca de dois acres – a capacidade vocal dos oradores.”⁹, já que – conforme citado anteriormente – o medium televisivo só surgiria nos Estados Unidos, ainda de maneira tímida, em 1936.

Foi também em 1936 que se deu a primeira manipulação de um debate (no caso, de um encontro que nunca chegou a existir realmente). A rede CBS transmitiu, em outubro desse ano, um “pseudo-debate” entre o presidente Franklin D. Roosevelt, candidato à reeleição, e o senador republicano Arthur Vandenberg. Foram utilizadas edições de pronunciamentos antigos de Roosevelt, enquanto Vandenberg estava no estúdio, em direto. A audiência acreditava que havia, de fato, um encontro entre os dois políticos.

Nas eleições presidenciais seguintes (1940), o candidato republicano Wendell Wilkie abriu sua campanha desafiando Roosevelt para um teledebate, convite que este recusou, sem que tenham sido percebidas quaisquer perdas eleitorais decorrentes. Participar ou não de um debate é, ainda hoje, uma questão que atormenta os candidatos, especialmente aqueles que são, no momento, líderes nas sondagens de intenção de voto.

Fernando Henrique Cardoso, que ocupou a Presidência do Brasil entre 1994 e 2002, enfrentou e ganhou dois pleitos presidenciais sem jamais participar de um debate televisivo (havia, no entanto, tido uma experiência quando fora candidato à Prefeitura de São Paulo, em

www.museum.tv/debateweb/html/curriculum/debate/counterfeit.htm

⁸ SENA, Nilza Mouzinho de. *A interpretação política do debate televisivo 1974/1999*. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa / Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 2002. p.58-59

⁹ SALDICH, Anne Rawley. *Electronic democracy: television's impact on the american political process*. New York: Praeger Publishers, 1979. p.80



que uma pergunta sobre sua crença religiosa o embaraçara sobremaneira)¹⁰. Duda Mendonça, coordenador de marketing de diversas campanhas, entre elas a que levou Luís Inácio Lula da Silva à Presidência em 2003, recomenda:

“Essa decisão [comparecer ao debate] pode variar de lugar para lugar, de candidato para candidato, de campanha para campanha e, sobretudo, em função da posição que o sujeito ocupa nas pesquisas eleitorais. (...) Mas, ainda assim, em determinados casos, é melhor não ir do que ir e dar vexame.”¹¹

Em 1960, o número de telespectadores dos debates entre Kennedy e Nixon chegou a 75 milhões (no primeiro encontro, ocorrido em 26 de setembro), que se somaram aos 15 milhões de ouvintes que acompanharam o debate através do rádio. A televisão havia se tornado popular, assim como era cada vez mais popular o carismático senador Kennedy. Aos 43 anos, o candidato democrata seria, ao final do pleito, o primeiro presidente católico e o mais jovem a ser eleito no país.

Para tal vitória muito contribuiu sua performance televisiva, principalmente no primeiro (e mais famoso) dos debates. Neste, Kennedy apareceu confiante e com ar saudável e bronzeado, enquanto Nixon, recém- saído de duas semanas do hospital devido a um tratamento no joelho esquerdo, suava profusamente e demonstrava cansaço. O fato de estarem de pé somente acentuava seu desconforto.

Mesmo com a experiência e o sucesso nas eleições anteriores (1952), quando foi considerado por seus adversários um “mestre da televisão”¹², Nixon também foi infeliz na escolha da roupa com que se apresentou. Seu terno cinza confundia-se com a cor do cenário, dando-lhe uma aparência pálida e doente. Nas tomadas em que as câmeras o enquadravam enquanto Kennedy falava, principalmente (hoje, uma das maiores preocupações da assessoria dos candidatos é garantir, nos acordos pré-debate, que somente será mostrado pelas câmeras o candidato que detém a palavra).

¹⁰ Em 1985, o jornalista Bóris Casoy perguntou ao então candidato à prefeitura de São Paulo Fernando Henrique Cardoso se ele “acreditava em Deus”. A resposta do candidato foi: “Você havia prometido não fazer essa pergunta”. A repercussão dessa declaração ecoou em todos os *media*, e é considerada um dos motivos para a derrota de Cardoso no pleito. Caso semelhante aconteceu em Portugal, nas presidenciais de 1995, quando ao final de um debate entre Jorge Sampaio e Cavaco Silva, a jornalista Maria Elisa fez pergunta semelhante a Sampaio. Sua resposta foi, no entanto, um categórico “não”. O resultado das eleições e a vitória de Sampaio podem indicar tanto uma admiração dos eleitores em relação à sua honestidade (seu ateísmo é conhecido há muito), como a pouca relevância atribuída à crença religiosa para a escolha do presidente.

¹¹ MENDONÇA, Duda. *Casos e coisas*. São Paulo: Globo, 2001. pp.123-124

¹² TRENT, Judith; FRIEDENBERG, Robert. op.cit. p. 247

Pesquisas realizadas logo após o debate reforçam a “supremacia visual” do candidato democrata. Questionados sobre quem havia se saído melhor, a audiência da televisão respondia o nome de Kennedy; aqueles que ouviram o debate pelo rádio, por outro lado, davam a vitória a Nixon. Independentemente do que sugere Kraus sobre a interpretação desses resultados¹³, podemos inferir que, na televisão em geral e nos debates em particular, a imagem é fator, se não primordial, importante e decisivo – tenha essa constatação conotações positivas ou negativas.

Ainda que, nos três debates seguintes, a atuação de Nixon tenha sido visivelmente superior – “Nixon havia melhorado de seus problemas de saúde e conhecia mais sobre as possibilidades das imagens televisivas. Tinha muito mais para dizer e mostrar do que o jovem JFK.”¹⁴ –, ele nunca chegou a ultrapassar Kennedy nas pesquisas. A tabela a seguir mostra o resultado das principais sondagens realizadas ao fim dos “Great Debates”.

Instituto de Pesquisa	Pergunta	KENNEDY	NIXON
Carter	Quem se beneficiou	49%	11%
Gallup	Quem se saiu melhor	42%	30%
Iowa Poll	Quem ganhou	32%	21%
Kraft	Quem ganhou	42%	30%
Roper	Quem foi melhor	37%	21%
Wallace	Quem causou melhor impressão	54%	23%
Minnesota Poll	Quem ganhou	51%	17%

Fonte: GILBERT, Robert. *Television and presidential politics*. Massachusetts: The Christopher Publishing House, 1972. p.175

Nos anos seguintes, não houve debates televisivos na disputa presidencial nos Estados Unidos, apesar de a prática ter-se tornado freqüente para outros cargos políticos. Apesar, também, da previsão do derrotado Nixon, em entrevista à rede americana NBC, em 1962:

¹³ Sidney Krauss, no artigo “*Winners of the first 1960 televised presidential debate between Kennedy and Nixon*” (Journal of Communication 46[4], 1996, pp.78-96), sugere duas interpretações para a dissonância entre telespectadores e ouvintes: a primeira é a confirmação do “poder” da televisão, que valoriza a aparência do candidato em detrimento daquilo que ele diz; a segunda, defendida por Rubin, diz que a audiência do rádio é mais atenciosa e capaz de discernir melhor as idéias e os pontos de vista dos candidatos.

¹⁴ GILBERT, Robert. *Television and presidential politics*. Massachusetts: The Christopher Publishing House, 1972. pp.173-174

“debates entre candidatos à presidência tornaram-se uma instituição, e no futuro haverá debates em todas as eleições”.¹⁵

Apenas em 1976 Jimmy Carter e Gerald Ford – que havia assumido a presidência em 1974, após a renúncia de Richard Nixon, motivada pelo escândalo Watergate – voltaram a duelar via satélite. As eleições de 1976 inauguraram ainda os debates vice-presidenciais, que vieram a se tornar comuns nos anos posteriores. Carter e Ford deram início a uma série que se estende até os dias de hoje (no último pleito americano, George W. Bush e o então vice-presidente Al Gore mantiveram a tradição, encontrando-se para três confrontos; os candidatos a vice-presidente fizeram, por sua vez, um único debate).

Na França, a comunicação política televisiva foi inaugurada pelo general De Gaulle, que em 1958, em conflito com o Parlamento, quis estabelecer um “contato direto” com os franceses através da rádio e da televisão. Entre junho de 1958 e dezembro de 1962, foram 32 pronunciamentos à nação, excetuando-se as conferências de imprensa e a cobertura das viagens presidenciais.

Até as eleições de 1965, houve um monopólio da utilização desse meio de comunicação política pelo presidente da República. Nesse momento, os franceses experimentaram, através da televisão, outras formas de discurso político, diferente da maneira solene estabelecida por De Gaulle. A campanha eleitoral, que colocou em disputa François Mitterand e Jean Lecanuet, abriu espaço para os debates em programas jornalísticos como “Zoom” e “Face à face”.

O modelo contemporâneo de teledebate, porém, estabeleceu-se na França a partir de 1974, quando Valéry Giscard, d’Estaing e Mitterand confrontaram-se antes do segundo turno das presidenciais. Esse debate durou uma hora e trinta minutos e foi transmitido simultaneamente pelos dois canais estatais franceses. Mediado por dois jornalistas, tinha no cenário dois grandes cronômetros que marcavam o tempo de cada candidato nas respostas. Mais do que garantir a igualdade entre ambos, pretendia-se com isso transmitir credibilidade a um novo modelo de argumentação política em um país que não convivia, há muito, com a alternância do Poder.

¹⁵ BATES, Stephen. *The Future of Presidential Debates* (Washington, D.C.: The Annenberg Washington Program in Communications Policy Studies of Northwestern University, 1993), disponível na íntegra no site www.annenberg.nwu.edu/pubs/debate/

Apesar de sua conhecida experiência e facilidade ao expor sua plataforma e ideário político, nessa ocasião Mitterand foi surpreendido por uma postura agressiva de Giscard, que o interrompia constantemente de modo provocativo. Tal atitude causou surpresa também no diretor da transmissão, que aos poucos foi cedendo espaço às intervenções do candidato liberal, muito bem recebidas pela audiência. Para Esquenazi¹⁶, o estilo inovador de Valéry Giscard d'Estaing foi determinante em sua vitória nas eleições presidenciais.

Uma das características mais comuns aos teledebates contemporâneos também marcou presença no confronto entre Mitterand e Giscard: a utilização de frases de efeito, ditas sob medida para serem lembradas pela audiência e repetidas pelas manchetes dos jornais do dia seguinte. “Você não tem o monopólio do coração dos franceses; você é um homem do passado”, acusou Giscard, diante de um atônito Mitterand.

A partir de então, os embates entre os candidatos passaram a fazer parte do ritual da campanha eleitoral para a presidência. E sete anos mais tarde, Mitterand mostrou ter aprendido a lição, ainda que a duras penas, ao conduzir com precisão um debate-revanche, em que o tempo de fala foi definido previamente para os dois candidatos, e as interrupções foram proibidas. Para a disputa, a disposição dos candidatos no cenário também foi modificada. Se em 1974 Giscard e Mitterand encontravam-se um diante do outro, frente a frente, nas presidenciais de 81 eles dividiam as atenções com os jornalistas, em um modelo triangular de apresentação.

Em países que tiveram, em sua história, regimes autoritários de longa duração – caso de Brasil, Espanha e Portugal – os debates são muito mais recentes. Tal fato só vem a reforçar a idéia de que esta é uma experiência democrática, ainda que a democratização do meio televisivo seja algo com que muitos sonham, e do qual muitos igualmente duvidam.

Na Espanha, o primeiro debate televisivo que antecedeu eleições gerais (no caso, para a escolha do parlamento e primeiro-ministro) aconteceu em 1993. No dia 24 de maio desse ano, Felipe González e José María Aznar estiveram nos estúdios da rede de televisão Antena-3 para, segundo Galindo Arranz, aproximar-se de reeditar o primeiro debate entre Kennedy e Nixon, ocorrido mais de três décadas antes:

¹⁶ ESQUENAZI, Jean-Pierre. “*Brève histoire politique de la télévision*” in *Dossiers de l’Audiovisuel (Télévision, politique et élections)*, n° 1002, 2002. pp.8-10

“Felipe González apresentou-se na sede da emissora Antena-3 com aparência contrariada e visivelmente incomodado, vestindo um terno cinza amassado após um dia inteiro de uso, uma camisa branca igual à que Nixon usou diante de Kennedy no histórico debate que a Antena-3 acabava de reprisar, e uma gravata azul. O jornalista Justino Sínova descreve assim os candidatos: ‘González estava tenso, com o rosto fechado, sorrindo com esforço. Aznar ao contrário, encontrava-se provocador e lúcido, tomou a dianteira e, sem sombra de dúvida, venceu o debate, não apenas por parecer melhor na televisão, mas por exibir uma argumentação mais consistente. González, como Nixon, tinha razões para apresentar-se tão mal: uma aterrissagem de avião desastrada seguida de uma intensa jornada eleitoral nas ilhas Canárias no dia anterior, somado à viagem de volta a Madri, não lhe haviam dado oportunidade de descansar (Sínova, 1993).”¹⁷

Assim como Nixon, González pareceu cansado e sem forças diante de um Aznar visivelmente mais jovem e mais bem-disposto. Assim como Nixon, González esteve melhor no debate seguinte (realizado pelo canal público Tele-5). Diferentemente, porém, da situação norte-americana, o PSOE – Partido Socialista Obrero Español (partido de González, que já se encontrava no poder desde 1982) conseguiu reafirmar sua maioria e fazer novamente o primeiro-ministro.

Em Portugal, o primeiro debate político televisivo aconteceu em julho de 1974 e reuniu Mário Soares, Sá Carneiro e Álvaro Cunhal. Seu tema girou em torno do tratamento dado às colônias portuguesas, que haviam acabado receber a autodeterminação. Em novembro do ano seguinte, Soares e Cunhal voltaram a defrontar-se, naquele que é considerado, para muitos, um debate paradigmático na história portuguesa, visto ter reunido dois intelectuais com amplo poder de argumentação, que pouca interferência sofreram dos jornalistas mediadores durante as três horas e meia de programa, interrompidas por um único e breve intervalo.

O encontro que se seguiu, em 1976, teve a singularidade de ocorrer depois de conhecidos os resultados eleitorais. O primeiro teled debate português relacionado a eleições foi, então, pós-eleitoral. Os líderes de partidos com assento garantido na Assembléia (à exceção do Partido Comunista Português, cujo líder não compareceu) reuniram-se para discutir como seria o governo formado após as eleições.

Nota-se, nesse caso, a perversão do objetivo principal dos teled debates contemporâneos. Aqui a televisão não se transforma em vitrine ou ringue onde digladiam-se

¹⁷ ARRANZ, Fermín Galindo. “*Televisión y participación política en Euskadi*” in Revista de estudios de comunicación, Faculdade de Ciências da Informação, Universidade de Santiago de Compostela, Maio, 1997

candidatos em busca do voto do eleitor e do conseqüente passaporte para o Poder. A utilização do debate com ferramenta democrática, porém, permanece, já que políticos legitimamente eleitos estão mostrando à sociedade os rumos que pretendem dar ao país. A tentativa de dar visibilidade ao Poder continua.

No Brasil, No Brasil, a primeira tentativa de um debate presidencial televisivo, feita pela TV Tupi em São Paulo, não deu certo: marcado para 15 de setembro de 1960, seria um quadro do programa Pinga Fogo. A idéia foi aceita pelos candidatos Adhemar de Barros e Teixeira Lott. Mas Jânio Quadros negou-se a participar, preferindo ir fazer um comício no Recife. O regime militar, que começou em 64, interrompeu a experiência.

“Os debates eleitorais radiofônicos e televisivos abriram caminho, quando a ditadura começou a cair, nas dobras da censura e das regulamentações herdadas do Sr. Armando Falcão”¹⁸, assinala Mauro Malin, referindo-se à revogação da Lei Falcão, em 1984. O decreto elaborado pelo então ministro de Justiça, Armando Falcão, em 1976, restringia a propaganda eleitoral na TV, permitindo apenas que fossem mencionados a legenda, o curriculum vitae, o número de registro na Justiça Eleitoral, além de mostrar a fotografia dos candidatos, bem como anunciar o horário e local dos comícios.

Feita sob medida para impedir uma nova derrota do partido governista – ARENA – nas eleições municipais de 1976 (já que a experiência da “abertura lenta e gradual” engendrada pelo presidente Ernesto Geisel havia resultado na vitória do oposicionista MDB nas estaduais de 74), a Lei Falcão foi invocada pelo Tribunal Superior Eleitoral em 82, quando já se anunciava a chamada “transição democrática”, para impedir a realização de debates eleitorais.

Ainda assim, houve alguns debates entre 1982 – data que assinala o primeiro debate eleitoral na TV, entre Franco Montoro (PMDB) e Reynaldo de Barros (PDS), que disputavam o governo de São Paulo – e 1989, quando houve a primeira eleição presidencial direta após 29 anos. Foi na eleição presidencial de 89, porém, que o teled debate obteve enorme visibilidade, menos por sua realização e mais pela já famosa acusação de manipulação das imagens no jornalismo da Rede Globo.

¹⁸ in “Mais do que disputa da audiência”, artigo escrito pelo jornalista Mauro Malin, disponível na íntegra no site Observatório da Imprensa [<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/arq2011/mat2011a.htm>]



No emblemático encontro, Fernando Collor de Mello e Luís Inácio Lula da Silva disputavam o segundo turno em situação de empate técnico. Realizado três dias antes das eleições, em 14 de dezembro, o debate e o eco noticioso nos telejornais do dia seguinte são considerados fundamentais na vitória de Collor.

Repetindo a experiência americana, que adiou por dezesseis anos a realização de novos debates presidenciais televisivos – depois dos “Great Debates” de 1960, só voltaram a acontecer em 1976, na disputa entre Jimmy Carter e Gerald Ford – nos pleitos seguintes, Fernando Henrique Cardoso recusou-se a participar de debates. Apesar disso foi eleito em 1994 e 1998.

O ano de 2002 marcou o retorno, em grande estilo, dos debates presidenciais à programação televisiva. Com a legislação eleitoral condicionando a participação de candidatos à representação na Câmara dos Deputados (até então, todos os candidatos deveriam ser convidados a participar), as maiores emissoras brasileiras abriram espaço em suas programações para sediar os confrontos. Record, Bandeirantes e Globo tiveram papel fundamental na transformação dos acontecimentos em verdadeiros media events, dando-lhes tratamento mediático de acordo: publicidade, horário nobre, seleção de seus maiores nomes para apresentação/mediação, criando um ambiente que deixasse explícita sua singularidade e relevância.

O primeiro confronto aconteceu ainda antes do início do horário eleitoral gratuito, em quatro de agosto. Organizado pela Rede Bandeirantes, foi mediado por uma mulher: a jornalista Márcia Peltier. Foi ela também que, duas semanas depois, apresentou o primeiro teled debate brasileiro entre candidatos a vice-presidente, repetindo uma tradição que nos Estados Unidos havia começado em 1976.

Tanto no primeiro turno, quando os quatro principais candidatos estavam presentes (Anthony Garotinho, Ciro Gomes, Luís Inácio Lula da Silva e José Serra), quanto no confronto decisivo entre Serra e Lula (Globo), as audiências ratificaram a importância dos debates. O último, realizado em 25 de outubro (três dias antes das eleições), foi paradigmático: inaugurou um novo modelo de transmissão, menos rígido em relação à postura dos candidatos, que se podiam movimentar dentro do cenário (em tudo semelhante a uma arena). O formato, importado das eleições americanas, trouxe ainda o esvaziamento do papel dos jornalistas, substituídos por “populares” na elaboração de perguntas aos candidatos.



Coube a William Bonner, estrela em ascensão na TV Globo, a missão de representá-los, o que fez mais como superstar do que como provedor de um olhar crítico sobre o acontecimento.

Manifestação político-mediática contemporânea, os debates presidenciais televisivos estão à mercê das mutações por que passam tanto a política como a mídia. Uma das mudanças mais perceptíveis é, sem dúvida, a “profissionalização” dos debates. A preocupação dos candidatos e assessoria em diminuir o risco que correm, e a tentativa da televisão de criar um roteiro com pouco espaço para improvisação, acabam por “engessar” os teledebates. Desinteresse e baixos níveis de audiência passam a ser, portanto, o maior risco.



Bibliografia

- ARRANZ, Fermín Galindo. “Televisión y participación política en Euskadi” in Revista de estudios de comunicación, Faculdade de Ciências da Informação, Universidade de Santiago de Compostela, Maio, 1997
- AUER, J. Jeffery. “The counterfeit debates” in KRAUS, Sidney (ed.). The great debates: background, perspectives, effects. Bloomington: Indiana University Press, 1962
< www.museum.tv/debateweb/html/curriculum/debate/counterfeit.htm>
- BATES, Stephen. The Future of Presidential Debates. Washington: The Annenberg Washington Program in Communications Policy Studies of Northwestern University, 1993 < www.annenberg.nwu.edu/pubs/debate/ >
- BUCCI, Eugênio.
www.mre.gov.br/cdbrasil/itamaraty/web/port/comunica/tv/1anos/tvtupi/index.htm
- DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. A história em directo: os acontecimentos mediáticos na televisão. Coimbra: Minerva, 1999
- ESQUENAZI, Jean-Pierre. “Brève histoire politique de la télévision” in Dossiers de l’Audiovisuel (Télévision, politique et élections), n° 102, 2002. pp. 8-10.
- GILBERT, Robert. Television and presidential politics. Massachusetts: The Christopher Publishing House, 1972
- KRAUSS, Sidney. “Winners of the first 1960 televised presidential debate between Kennedy and Nixon” in Journal of Communication 46[4], 1996. pp.78-96
- MENDONÇA, Duda. Casos e coisas. São Paulo: Globo, 2001
- MOUCHON, Jean. “La dramaturgie des débats télévisés des élections présidentielles françaises” in Dossiers de l’Audiovisuel (Télévision, politique et élections), n° 102, 2002. pp. 49-51
- SALDICH, Anne Rawley. Electronic democracy: television’s impact on the american political process. New York: Praeger Publishers, 1979
- SCHROEDER, Alan. Presidential debates: forty years of high risk TV. New York: Columbia University Press, 2000
- SENA, Nilza Mouzinho de. A interpretação política do debate televisivo 1974/1999. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa / Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 2002.
- TRENT, Judith; FRIEDENBERG, Robert. Political campaign communication: principles and practices. New York: Praeger Publishers, 1983