

Do Horário Eleitoral Gratuito ao voto consciente: Uma análise das qualidades públicas dos discursos de candidatos a vereadores de Belém/PA nas eleições municipais 2008

José Augusto Mendes Lobato
Universidade da Amazônia

Índice

1 Introdução	1
2 Aspectos, Funções e Efeitos do Discurso Político Mediado	3
3 Análise dos Discursos dos Candidatos a Vereadores no Horário Eleitoral Gratuito	7
4 Considerações Finais	13
5 Bibliografia	14

Resumo

Neste artigo, temos a pretensão de analisar os discursos políticos apresentados pelos candidatos a vereadores no Horário Eleitoral Gratuito das eleições municipais de 2008 do município de Belém (PA), apresentando os principais aspectos que envolvem seus contextos de produção no meio televisivo para, posteriormente, categorizá-los e observar que qualidades públicas contributivas ao processo eleitoral eles possuem, e que efeitos de esfera pública podem causar a partir destas qualidades.

1 Introdução

Uma das melhores situações para se testar a “saúde” de qualquer Estado democrático contemporâneo é o processo eleitoral aberto. Por meio da conquista do direito ao voto – um trabalho longo e repleto de entraves históricos, ao se considerar as transformações vivenciadas na esfera política dos Estados-Nação ao longo dos séculos XIX e XX –, as sociedades contemporâneas têm, no pleito, a possibilidade não apenas de selecionar representantes do poder público, de forma direta ou indireta, mas, também, de legitimar autonomias individuais e exercer a cidadania conforme previsto pelo sistema jurídico em vigência.

Autores como Habermas (2003) vêem, na relação atual entre os Estados democráticos e a sociedade civil, possibilidades para que esta exerça uma espécie de monitoramento da atividade governamental, exercendo pressão sobre o Estado e cobrando soluções a partir de processos de deliberação pública motivados por experiências que seus integrantes vivenciam ao longo de suas vi-

das quotidianas. A nosso ver, a concretização desta relação habermasiana de constante vigilância por meio da deliberação encontra, no processo eleitoral, uma forma bastante eficaz de se legitimar na forma de decisão política – por meio do voto, pessoas privadas manifestam interesses construídos de forma individual resultantes de uma longa troca argumentativa em esferas públicas diversas. Escolher um candidato, afinal, depende de uma série de formulações individuais cujos rumos são ditados pelas discussões públicas – e estas, por sua vez, dependem amplamente da divulgação do programa e das propostas de gestão dos candidatos que ocorre no período eleitoral. Mas de que forma esta publicização ocorre nos *media* de nosso País?

A priori, o principal instrumento que consideramos oportunizar de forma democrática a visibilidade mediática dos candidatos no Brasil é o Horário Eleitoral Gratuito, transmitido no rádio e na televisão no período pré-eleitoral; regulamentado pela lei n 4.737, de 15 de julho de 1965, e exibido na TV aberta do País nos horários aproximados das 13h e 20h, o Horário viabiliza a exibição de propostas e fomenta discussões em esferas públicas informais do cotidiano acerca das opções de voto e idéias. Neste âmbito, é essencial que se analise a qualidade dos discursos apresentados neste programa: em que medida eles contribuem para o debate público no período pré-eleitoral? Qual o nível de esclarecimento do eleitor na hora de votar?

Neste artigo, temos a pretensão de analisar as qualidades públicas dos discursos dos candidatos a vereadores das eleições municipais do ano de 2008 do município de Belém

(PA)¹, avaliando de que forma estes discursos (aqui, não no sentido habermasiano de troca argumentativa, mas sim de fala ou proferimento, como será visto adiante) apresentados no Horário Eleitoral Gratuito televisivo contribuíram para a formulação de trocas argumentativas e, por fim, opiniões individuais manifestas nas urnas de forma coletiva. O entendimento é que essas dependem amplamente da visibilidade mediática conferida pelo Horário aos candidatos.

Para analisar estes discursos, coletamos cerca de trinta discursos proferidos por candidatos a vereadores de Belém advindos de diversas legendas ou partidos (PT, PMDB, PSDB, PV, PTB, PSL, PSB, PC do B, PPS, PSOL, PL, DEM, entre outros) no Horário Eleitoral Gratuito de três dias – 16, 17 e 18 de setembro de 2008, considerados intermediários no período pré-eleitoral. Vale ressaltar que uma parcela mínima de candidatos gravou mais de um programa político ao longo da campanha; portanto, os discursos aqui apresentados iriam valer para outros períodos em que a pesquisa eventualmente fosse feita.

No desenvolvimento metodológico, iremos categorizá-los em “perfis” ou categorias discursivas que podem ser aferidos do processo político local, e, a partir disto, discutir sobre que validades ou qualidades públicas estes discursos e candidatos categoriza-

¹No caso do Brasil, os momentos em que o processo eleitoral transcorre têm alternância entre os eixos municipal e estadual/ federal, cada um deles com intervalos de quatro anos e, sempre, decididos pelo voto direto e obrigatório. No primeiro, aqui analisado, elegem-se prefeito e vereador para o Poder Público municipal; no segundo, a população elege Presidente da República, governador, deputados estaduais e federais e, também, senadores.

dos possuem; que contribuições e/ou estímulos eles podem conceder aos processos deliberativos; e, por fim, quais os efeitos de esfera pública advindos deste discurso político que podem promover a conscientização do telespectador eleitor por meio do debate público. Ao final, serão elencados os principais “erros” e “acertos” das propostas discursivas de determinados candidatos, no intuito de sugerir e apontar novos debates não apenas acerca das qualidades do discurso por eles emitido, mas também sobre o nível de atenção e os interesses de recepção do Horário Eleitoral Gratuito – e, num sentido mais amplo, do próprio discurso político – pelo eleitor médio brasileiro.

2 Aspectos, Funções e Efeitos do Discurso Político Mediado

Antes de seguir à análise do processo eleitoral que transcorreu em Belém (PA) no ano de 2008, é importante pontuar alguns dos conceitos referentes ao discurso político e a suas atribuições e distinções quando transferido ao meio audiovisual, no qual iremos focalizar nosso estudo. Neste capítulo, serão apresentadas perspectivas teóricas e observações de autores que estudaram amplamente o processo político, as transformações sócio-culturais transcorridas na era dos *media* massivos, a linguagem audiovisual da comunicação política contemporânea e, por fim, os processos de deliberação pública e seu papel no exercício indireto do poder.

2.1 O discurso político mediado

O primeiro passo, nesse sentido, é entender no que consiste o discurso político.

Num sentido mais amplo, entende-se que um discurso que possui tonalidades políticas é aquele que se constitui em um “processo de influência social”, de produção de sentidos, que, como todo discurso social, está “intrinsecamente ligado à organização da vida social como governo e como discussão, para o melhor e para o pior” (CHARAUDEAU, 2006, pgs. 42 e 43); ou seja, uma noção que é agregada à condução da vida política e ao direcionamento da fala do representante político² a uma espécie de *consenso*, sempre com vistas ao consentimento e em busca da legitimação e aprovação de suas idéias. Ao invés de uma relação dialógica, Charaudeau desenvolve longa análise para fazer entender o discurso como um proferimento dirigido a outro(s) indivíduo(s), sempre carregado de cargas subjetivas e concepções ou visões de mundo particulares.

Percebe-se, aqui, que nos distanciamos da noção de Habermas (2003), um dos principais autores deliberacionistas, que emprega o termo “discurso” em suas obras agregando-lhe certa noção dialógica, em expressões como “processo discursivo”, “interação discursiva” e “ética discursiva”³, entre outros. Aqui, propomos o discurso não enquanto diálogo, mas enquanto uma fala ou proferimento que tenciona, quando veicu-

²Na verdade, Charaudeau entende o discurso político como uma práxis aplicável a diversas outras situações; mas, em nosso caso, é necessário focar o representante político enquanto o que exerce o poder político junto ao Estado.

³Nestes termos, Habermas busca expor o ponto de vista apresentado em seu “Direito e democracia” (2003), o de que os processos deliberativos são movimentados por trocas dialógicas motivadas pelo desejo de fortalecer ou derrubar argumentos e opiniões, à vista de formulas opiniões públicas sobre os mais variados assuntos.

lado em diversos meios (entre os vários níveis de comunicação e interação possibilitados por este, que serão analisados mais adiante), chegar a um sem-número de ouvintes e espectadores – em nosso caso, telespectadores e eleitores em potencial – e atingi-los de forma a incentivar a tomada de certas posições, ações ou processos de reflexão. Portanto, uma relação não dialógica, mas sim de locução de fundo intencional, adequada à natureza da comunicação política contemporânea e aos processos de emissão e recepção informacional relativos à linguagem televisiva.

Nos *media* massivos, em especial a televisão, os discursos em geral atingem outros níveis de abrangência e apelo junto ao receptor de informação. Thompson (1998) trabalha o processo da comunicação televisiva como um arcabouço técnico e teórico complexo, que envolve desde a produção do discurso sob os moldes da linguagem audiovisual até sua veiculação de caráter monológico e sua recepção que pode motivar reações as mais diversas possíveis, no que ele intitula uma “quase-interação mediada”. Diante do discurso veiculado na televisão, o espectador não tem a capacidade de responder imediatamente a estes discursos, mas sim de recebê-los, dispensar níveis distintos de atenção a eles e discuti-los junto a outros espectadores e pessoas de seu meio social, em uma interação face a face estimulada pela atividade de recepção:

A estrutura interativa de recepção pode servir não somente como um ambiente para a quase-interação mediada pela televisão ou outras formas técnicas, mas também como um ambiente para a interação face a face que traga alguma afinidade com a atividade de recepção. Indivíduos que assistem televisão

ou ouvem música, por exemplo, podem interagir uns com os outros enquanto participam da atividade de recepção. (THOMPSON, 1998, pgs. 83 e 84)

Transferindo tal conceito ao âmbito dos processos políticos, fica evidente a importância do discurso político mediado ao fomentar trocas argumentativas relacionadas ao tema de recepção. A partir da comunicação de massa, o mesmo autor propõe uma transformação na noção de visibilidade, relacionando-a ao poder e tornando os que o exercem intimamente ligados à publicidade mediada, “controlados”⁴ por uma série de cuidados ligados à estética e à linguagem audiovisual. O que, a nosso ver, em muito transforma a natureza do discurso político no meio televisivo, e, por extensão, no Horário Eleitoral Gratuito.

2.2 Comunicação política na televisão e o Horário Eleitoral Gratuito enquanto espaço gratuito de visibilidade

Sobre as mudanças no processo de comunicação política na contemporaneidade, Gomes (2004) atenta para o fato de que o diálogo entre as instituições de comunicação de massa e a esfera política resulta em uma tensão natural entre a “decisão seletiva dos proprietários dos meios” e a “vi-

⁴ O termo “controle” usado por Thompson não alude à submissão total aos interesses da mídia televisiva, e sim à necessidade de pessoas ligadas ao exercício do poder se adaptarem à linguagem audiovisual e a saberem lidar com uma audiência de receptores “anônimos e invisíveis”, sem a qual “ela a *comunicação mediada* não existiria” (p.91, parêntesis nosso)

sibilidade política”, encadeada, majoritariamente, pelas relações estabelecidas entre grupos de interesse político e as empresas privadas de comunicação. Observando a gratuidade e acessibilidade a todos os candidatos que o Horário Eleitoral Gratuito permite – regulamentada e monitorada pelos Tribunais Regionais Eleitorais –, o autor reforça a tese de que a propaganda eleitoral “parece constituir-se numa forma legal para superação do obstáculo da seleção política dos meios” (GOMES, 2004, p.209).

De fato, se levarmos em conta o tempo concedido no Horário Eleitoral Gratuito a cada candidato (entre 15 e 32 segundos, dependendo da legenda, num total de 30 minutos de propaganda política diária), cujo único elemento de distinção é a força da legenda/partido ao qual ele está filiado, ele parece ser a única forma de visibilidade mediática economicamente viável àqueles candidatos no período pré-eleitoral⁵; portanto, a via para que a esfera civil passe a conhecê-los e a debater sobre seus assuntos e propostas de governo. Neste ponto, Gomes reforça a tese de que a esfera civil se torna detentora de uma espécie de “poder de autorização”, o qual, por sua vez, seria estendido na mesma razão que seu “conhecimento sobre a esfera política”⁶ *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004. P.114 cresce:

⁵ Há exceções, mas, em geral, os candidatos a vereadores não dispõem do mesmo montante de recursos que os partidos empregam nas campanhas políticas dos candidatos a prefeitos, governadores, presidentes, etc., com os quais se poder comprar mais espaço na campanha. Além de campanhas nas ruas, entendemos o Horário Eleitoral Gratuito como o principal método de publicização que tal perfil de candidato tem assegurado de forma gratuita.

⁶ GOMES, Wilson.

“Do ponto de vista dos públicos, a cena política é o grande espelho onde a vida política se apresenta aos olhos dos leigos. Não é apenas uma grande cena (...), é a esfera política no seu modo de existir para o cidadão e no modo como pode ser por ele experimentada (...). Por isso, é nela e por ela que a esfera civil forma sua opinião e organiza a sua disposição sobre os sujeitos políticos, sobre o estado da coisa pública, sobre agendas e prioridades do congresso, do governo e da sociedade.” (GOMES, 2004, p.114)

Tal “poder de mando” associado à figura dos indivíduos privados que compõem a esfera civil, ao ver do autor, torna, ao mesmo tempo, a propaganda política um produto mediático minuciosamente elaborado conforme os interesses do candidato (baseados, por sua vez, nos interesses do público de eleitores) e um instrumento indispensável à sociedade, já que, ao mesmo tempo em que a esfera política ganha visibilidade nos *media*, os indivíduos têm em mãos meios de formular opiniões e fortalecer visões e opiniões individuais acerca dos candidatos. No período eleitoral, este processo de comunicação política tem, no Horário Gratuito, um espaço próprio para florescer, garantindo acessibilidade tanto para os candidatos (enquanto produtores do discurso político mediado) quanto para os eleitores (enquanto receptores).

2.3 A deliberação pública em função do discurso político mediado

Ao levarmos em conta a importância da publicização dos discursos dos candidatos a

vereador por meio do Horário Eleitoral Gratuito, inevitavelmente deparamo-nos com o principal efeito esperado deste processo mediático: os processos de deliberação pública, por meio dos quais opiniões individuais circulam, se confrontam e buscam se sustentar por meio de uma extensa troca de argumentos, visando à formação de *opiniões públicas* ligadas a temas específicos. Um dos principais autores deliberacionistas, Habermas (2003) destaca o conceito de esfera pública neste processo, tornando-a uma espécie de “aliada” no sentido de recebê-lo em seu âmbito abstrato:

“A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, demandas de posição e opiniões; nela, os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos.” (HABERMAS, 2003, p.92)

Neste fluxo interno às esferas públicas, Habermas considera essenciais duas questões: a de que tomadas de posição nas trocas argumentativas não necessariamente levam à ação; e a de que, conseqüentemente, elas mais servem para enriquecer o entendimento mútuo entre os membros da sociedade civil⁷ e levá-los a um novo patamar de conhecimento sobre os assuntos levados ao debate público. Apesar de não associar o

⁷O termo “sociedade civil” é aplicado por Habermas (2003) não somente ao conjunto de indivíduos privados, mas sim a um núcleo de “associações e organizações livres, não estatais e não econômicas, as quais ancoram as estruturas de comunicação da esfera pública nos componentes sociais do mundo da vida” (1997, p.99)

sucesso nos processos de deliberação realizados em esferas públicas à tomada de decisões políticas legítimas e imediatas, a concepção de Habermas em muito nos ajuda a compreender a real função da comunicação política no período eleitoral: fortalecer e cristalizar debates que geram tomadas de posição.

Ora, se o Horário Eleitoral Gratuito existe justamente para ajudar o eleitor a escolher seu candidato, podemos atribuir aos processos de deliberação pública surgidos a partir dele nos segmentos e espaços sociais mais variados papel fundamental na hora de se votar de forma consciente. Ao observar que as esferas públicas têm a capacidade de surgir em condições informais e formais variadas – na sala de casa, entre familiares que discutem determinado programa político, em uma mesa de bar, entre amigos, em uma associação de militantes políticos, etc. –, tendo como premissa básica apenas o compartilhamento de certos códigos de linguagem, Habermas reforça que vontades e anseios individuais podem se tornar públicos e “sem sujeito” definido quando discutidos nestas esferas públicas; os discursos destas, em seguida, podem fundamentar debates em esferas cada vez mais amplas e, ao final, condensarem-se na forma de opiniões públicas, estas responsáveis por exercer pressão sobre o Estado para motivar tomadas de decisão.

Em nosso caso, o do processo de escolha em que cada indivíduo privado manifesta sua vontade ao votar em seu candidato a vereador, tratamos não da necessidade de “pressionar” ou “monitorar” o Estado, mas sim, portanto, de avaliá-lo por meio da ação do voto, que encadeia a mudança institucional selecionando novos candidatos para

compor a Câmara Municipal dos Vereadores. Para isto, no entanto, é necessário que estas escolhas individuais unificadas numa escolha imanentemente *coletiva*⁸*públicas* –, e sim à convergência de escolhas individuais condensadas em um coletivo de votantes – o mesmo que responde pelas estatísticas da apuração das urnas, os quais não representam as opiniões públicas por excelência. à hora da votação só sejam feitas após um longo processo de deliberação pública, que começa diante da televisão, ao se assistir ao Horário Eleitoral Gratuito, e vai até os grupos de amigos, familiares e a todo o círculo social de cada eleitor telespectador.

A crítica empreendida por Gomes (2008) às idéias de Habermas, em que o primeiro chega a afirmar que a categoria-chave é a publicidade, e não a discutibilidade isolada, também nos serve na questão do horário político. Certamente, as trocas argumentativas transcorridas nas esferas públicas anteriores ao período eleitoral têm seu papel e sua importância; mas, conforme explica Gomes, a alta *visibilidade social* conferida aos discursos e sujeitos pelas mídias de massa podem ter papel decisivo nos processos de formação das opiniões.

Chegamos, então, à conclusão de que, mesmo com campanhas boca-a-boca, panfletagens, carreatas, comícios e outros instrumentos que candidatos a vereadores utilizam no cotidiano para promover sua imagem junto ao público de eleitores da sociedade civil, o discurso político mediado por meio do Horário Eleitoral Gratuito televisivo continua sendo a principal forma de

motivar debates em esferas públicas diversas e orientar, aos poucos, a tomada de decisão dos eleitores por meio do voto. Não apenas por sua maior abrangência e possibilidade de difusão junto a um sem-número de telespectadores – possibilitada, principalmente, pelo potencial tecnológico e pela já conhecida penetração da televisão na sociedade brasileira –, mas também por seu caráter quase-interativo que reforça, após o processo de recepção, a atividade comunicativa de troca argumentativa entre os espectadores/eleitores da esfera civil. Resta-nos, agora, saber se este percurso encontra ou não adversidades e distorções no caso das eleições municipais de Belém do ano de 2008.

3 Análise dos Discursos dos Candidatos a Vereadores no Horário Eleitoral Gratuito

Segundo o Tribunal Regional Eleitoral do Pará (TRE-PA), as eleições para vereadores em Belém/PA resultaram em 35 candidatos eleitos de um montante de 544 candidatos, sendo que foram computados 711.888 votos válidos (nominais e de legenda), com 81,36% de comparecimento às urnas. Cada um dos 544 candidatos, como já anteriormente citado, dispôs de certo tempo (conforme o peso da legenda) no Horário Eleitoral Gratuito, que foi exibido na televisão aberta durante o primeiro turno dos dias 19 de agosto de 2008 a 2 de novembro do mesmo ano, encerrando a três dias das votações.

Com estes dados em mãos, é possível mensurar as dimensões da pesquisa. Por conta do montante de candidatos a

⁸Aqui, não se refere a opções de voto necessariamente debatidas entre todos os membros da sociedade civil – num sentido habermasiano,

vereadores – e a dificuldade de gravar ou mesmo obter as fitas com as gravações do Horário Eleitoral Gratuito, que não ficam à disposição de quaisquer emissoras de televisão –, foi possível coletar, textualmente, discursos de apenas 30 deles, o que representa 5,6% do universo total. Mesmo assim, a seleção dos discursos buscou coletar exemplos relevantes e úteis no sentido de enriquecer o teor informativo deste trabalho, para melhor explicar as categorias que serão analisadas mais adiante. Acreditamos que, mesmo com sua dimensão reduzida, a análise por eixos/tópicos que se segue pode ser um importante instrumento para estudos futuros de maior abrangência sobre o assunto.

3.1 Das categorias dos discursos

Durante os dias 16, 17 e 18 de setembro de 2008 – datas intermediárias entre o início da campanha e o domingo das eleições –, 30 discursos de candidatos aleatoriamente selecionados (no que tange ao partido, peso político, tempo de apresentação, etc.) foram recolhidos; a princípio, a intenção era somente identificar falas ou proferimentos que pudessem ser analisados numa perspectiva de formação argumentativa, para posteriormente observar suas qualidades públicas no processo de veiculação mediática e os consequentes efeitos destes na sociedade, no sentido de orientar processos de deliberação em esferas públicas diversas. Mas, antes, percebeu-se que, mesmo vindos dos mais variados candidatos e legendas, estes discursos poderiam ter algo em comum: uma espécie de enquadramento⁹ Reese (2001) con-

⁹Embora mais amplo, o conceito de enquadramento pode ser apropriado por nós neste caso especí-

sidera o enquadramento uma perspectiva de construção social de valores, ou seja, os enquadramentos de mídia, segundo ele, são “princípios de organização que são socialmente divididos e que persistem ao longo do tempo, funcionando simbolicamente para estruturar os significados do mundo social”. (REESE, 2001, p. 11, *apud* MESQUITA, 2007). Princípios, estes, que não se restringem à cobertura de imprensa, mas também a qualquer indivíduo que se aproprie da mídia para ser visto publicamente. sócio-cultural a partir do qual, embora de forma não intencional e organizada, estariam se dirigindo a públicos específicos a fim de obter um número especial de votos para seus candidatos.

Desta forma, pudemos observar, no processo eleitoral 2008 em Belém, entre alguns candidatos a vereadores, a articulação espontânea de dois moldes discursivos peculiares e mais frequentes, que iremos denominar discurso “bairrista” ou “localista”, especialmente observado nas legendas menores; e discurso “classista” ou “profissional”, frequente tanto nas legendas populares quanto nas de maior força e tempo de exibição no Horário Eleitoral Gratuito.

Entende-se aqui, por discurso localista, aquele no qual o candidato faz questão de apresentar-se como uma figura pública que iria representar¹⁰ os interesses locais de sua “área de origem” – não apenas no sentido ge-

fico do estudo. Um dos principais pesquisadores da área,

¹⁰ De fato, o papel do vereador é o de representar, e representar não apenas os moradores de um município, mas também “ser o porta-voz das minorias, dos grupos organizados, das associações, dos sindicatos e do cidadão consciente dos deveres do Poder Público e das necessidades da população” (AMARAL, 2006)

ográfico, mas também no social. Ou seja, um candidato cujo discurso tivesse tonalidades localistas estaria se apresentando publicamente de forma a dar ênfase a suas raízes locais (de bairros, ruas ou comunidades de estratos sociais específicos, por exemplo) e situar o espectador eleitor quanto a sua representatividade. Tal posição, a nosso ver, produziu efeitos de enquadramento, cujos princípios de organização geraram abordagens mais ou menos parecidas entre si, manifestas em formas de locução no discurso dos candidatos de várias legendas.

Tomemos como exemplo os candidatos Miro do Mosqueiro (PP), Amarildo do Mosqueiro (PC do B), Apolo de Carateua (PC do B) e Iran Moraes (PSB). Todos, em seu discurso veiculado no Horário Eleitoral Gratuito, fazem questão de aludir a suas regiões de origem e convidar os moradores locais, em especial, a votar neles para obter representatividade na Câmara Municipal – os três primeiros, por sinal, já trazem o indicador geográfico/social no próprio nome de candidatura. Quanto ao discurso, Miro e Amarildo têm argumento semelhante ao dizer que “sabem da dificuldade do povo ao morar em Mosqueiro”, que precisaria ficar “bela e forte” a partir “do seu voto” (dirigindo-se ao telespectador eleitor). A convergência de temas apresentados no discurso político de diferentes candidatos cria uma rede de significados ligada à perspectiva localista que propomos neste artigo. Já Iran Moraes, do PRB – que foi o candidato eleito com mais votos no município, com a marca de 12.962 votos –, afirma em sua propaganda política: “Sou professor de matemática, moro na Marambaia e conheço a rotina que a população tem aqui (...)”. Ou seja, a partir da mesma

modalidade discursiva, apresenta ao espectador eleitor o argumento de que conhece a rotina dos moradores do bairro da Marambaia (sem, no entanto, explicitar exemplos práticos deste conhecimento), tendo ainda o diferencial do discurso classista/profissional, ao afirmar que é professor de matemática.

O discurso que denominamos classista ou profissional busca atingir o espectador a partir da fórmula das experiências pessoais e vivências dos candidatos em suas áreas de atuação como profissionais liberais, funcionários ou militantes sociais e políticos. Com o argumento implícito de que a representação de classes faz parte do processo de composição da Câmara Municipal, médicos, advogados, engenheiros, professores, policiais, artesãos, militantes estudantis, universitários, músicos, empresários, sindicalistas e comerciantes imprimiram em seu discurso certa tonalidade política, no intuito de sensibilizar eleitores advindos destas classes e tematizar seus problemas publicamente – em uma analogia, a nosso ver, semelhante ao papel que Habermas (2003) designa à sociedade quando fala dos processos de captação e tematização de problemas (o que será explorado com mais detalhes no tópico seguinte).

Temos, nesta categoria discursiva, exemplos bastante significativos. Candidatos como Jairo do Mohab (PRB), pertencente ao movimento social Habitar Belém, situado na região do Curió-Utinga, que alega ter uma plataforma baseada em sua militância em prol da questão da moradia; Dr. Áureo Noy (PSB) – cuja campanha gira em torno da questão dos salários base da classe médica –; Joel do Açaí (PSC) – que afirma que “estão roubando a nossa riqueza natural, o nosso ouro, pela barba”; Professora Jane

Neves (PPS), candidata ligada à classe dos professores da rede pública; Herlander Silvio (PMDB), ligado ao movimento GLBTS (Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transgêneros e Simpatizantes) e até mesmo Betinho Pop (PMDB), DJ da aparelhagem Super Pop que trouxe consigo o discurso do empresário preocupado com a questão social. Todos inserem, em seus proferimentos veiculados na TV aberta, diversos elementos inerentes à comunicação política contemporânea, como o “discurso da mudança”, a contextualização de vivências pessoais e a busca por representatividade das minorias e estratos sociais excluídos na Câmara Municipal – mas sempre, de uma forma ou de outra, tomam como base suas experiências em classes profissionais, sejam elas de cunho explicitamente político ou não, para poder cercar sua candidatura de certo respaldo e ar de qualificação.

3.2 Das qualidades públicas e efeitos de esfera pública dos discursos

Como vimos anteriormente, o Horário Eleitoral Gratuito é o principal espaço de visibilidade mediática conferido aos candidatos a vereadores ao longo do período pré-eleitoral. Vimos, também, que algumas categorias discursivas peculiares ao processo eleitoral de Belém/PA exibido na mídia no ano de 2008 puderam ser aferidas destes discursos. A partir delas, o discurso político passa a ser preparado conforme moldes e técnicas que visam à sensibilização e persuasão do espectador eleitor para, finalmente, induzi-lo ao voto. Mas, de que forma estes enquadramentos articuladores de significados interferem no discurso? Os can-

didatos a vereadores estão, de fato, expondo publicamente discursos que possuem qualidades públicas verdadeiras? Que podem gerar efeitos satisfatórios de esfera pública junto aos telespectadores eleitores? Acima de tudo: o espectador consegue se informar a partir destes discursos mediados?

Ao ver de Gomes (2004), a propaganda eleitoral mediada possui alguns elementos que a tornariam, naturalmente, pouco atrativa ao telespectador eleitor médio. Entre eles, sua estética “demasiado discursiva e pouco imagética” (GOMES, 2004, p.210) – que, mesmo com as sucessivas adaptações à linguagem audiovisual, permaneceria com um ar “chato” e exageradamente formal e protocolar –, e a tensão estabelecida entre informação e estratégia política que, conforme o autor, geraria uma crise de credibilidade entre o público eleitor. Mais preocupados com os rumos de sua campanha do que com a elucidação de questões e estímulo a debates junto ao eleitor, os candidatos transformam a propaganda política em uma espécie de “arena” sensorial e pouco racional, com ares de espetáculo:

O que deveria ser um processo pedagógico, em que a cada cidadão se oferece a possibilidade de conhecer e aderir a uma concepção e a uma proposta operacional de natureza política, torna-se um campo minado, uma contenda em que os adversários regulam os próprios movimentos pelos movimentos do outro, ou um *show* em que aquele que está na cena decide as suas estratégias sentindo a reação do público. (GOMES, 2004, p.212)

Os efeitos deste problema de natureza ética e estrutural que por vezes atinge o universo da comunicação política, a nosso ver, têm correspondência no caso das eleições

municipais de Belém/PA no ano de 2008. Uma pesquisa realizada pelo Portal ORM, das Organizações Romulo Maiorana, por meio de questionário respondido por internautas no site, concluiu que quase metade do eleitorado de Belém afirma não assistir ao Horário Eleitoral Gratuito. Dos que observam o palanque eletrônico, 70% classificam o teor informativo da propaganda “sofrrível”. Apesar de realizada junto a um universo restrito de eleitores – aqueles que têm acesso à internet e responderam ao questionário no período de uma semana em que ele esteve no ar –, a pesquisa nos demonstra dois problemas muito discutidos em esferas informais da vida quotidiana: a falta de interesse pela propaganda política e a consequente desinformação do eleitor em relação aos candidatos em que pretende votar.

Para entender a questão e tentar justificá-la, vamos retornar à análise do discurso dos candidatos a vereadores do pleito 2008. Antes, observou-se o caráter de acessibilidade que o Horário Eleitoral Gratuito contém, a importância que ele possui de incitar processos de deliberação pública, com vistas à produção de tomadas de posição adequadas e conscientes por parte dos eleitores, e, por fim e mais especificamente, a forma com que ele foi apropriado por duas “categorias” específicas de candidatos, que trouxeram discursos localistas e/ou classistas a sua propaganda. Vale, agora, saber até que ponto suas propostas e/ou plataformas de atividade política estão suficientemente clarificadas na mente do espectador.

Durante nossa coleta, observamos que raros são os candidatos que vão além de críticas às atuais práticas de gestão ou elogios à própria atividade política. Mesmo na hora de discutir problemas observados ao

longo de suas experiências e das experiências da população de Belém, foi difícil encontrar, em seus discursos, algum dado concreto relativo aos problemas quotidianos da cidade que fosse útil para estimular processos deliberativos argumentativos no seio da sociedade civil. Em seu trabalho, Habermas (1997), atribui à última o papel de captar e tematizar os problemas quotidianos, para enfim discuti-los – mas, em nosso caso, os candidatos, oriundos da sociedade civil e representantes de grupos sociais, comunidades, classes profissionais, bairros e localidades da capital paraense, deveriam atentar para a necessidade de informar o telespectador eleitor e convidá-lo a um processo de trocas argumentativas que ultrapassasse as barreiras da sala de casa e chegasse a esferas públicas mais abrangentes.

Os exemplos que elencamos ao longo da explicação das categorias localista e classista são bastante elucidativos neste sentido. Os bairristas Miro do Mosqueiro (PP), Amarildo do Mosqueiro (PC do B), Apolo de Caratateua (PC do B) e Iran Moraes (PSB), e os classistas Jairo do Mohab (PRB), Joel do Açáí (PSC), Betinho Pop (PMDB) e Dr. Áureo Noy (PSB), por exemplo, falam dos problemas das comunidades e classes às quais, mas não sabem exemplificá-los corretamente. Na hora de falar dos problemas, o discurso político permanece turvo e pouco objetivo: frases como “nosso distrito vive uma realidade de exclusão”, “temos que ajudar as comunidades carentes” e “conheço as dificuldades de nosso povo” pouco contribuem para que a sociedade se sinta sintonizada às questões quotidianas que eles apresentam. Afinal de contas, que comunidades carentes precisam de ajuda? O que é uma realidade de exclusão? Quais são as di-

ficuldades deste povo? E, mais: que soluções tomar?

Sem localizadores e elementos discursivos que, de fato, mostrem quais problemas os grupos sociais e localidades de Belém enfrentam em seu dia-a-dia –, o telespectador eleitor se sente pouco respaldado na hora de articular trocas argumentativas em esferas públicas e, por conseqüência, encontra dificuldades na hora de tomar determinadas posições individuais baseadas nos problemas que a cidade como um todo vive.

No âmbito das propostas pertencentes à plataforma de campanha, os problemas das qualidades públicas do discurso político persistem, embora de forma mais sutil. Ao observar os trinta discursos coletados no Horário Eleitoral Gratuito, percebemos que a maioria deles vêm recheados de pedidos, diretos ou metafóricos – do tipo “vote em mim, vote consciente”, “vote e confie em mim” ou “não sou craque, mas vou fazer bonito na Câmara se você torcer por mim” –, ou críticas advindas da esfera cotidiana, deixando pouco espaço para a apresentação de propostas de gestão passíveis de discussão entre os membros da sociedade civil.

Ora, se tomamos como base os conceitos deliberacionistas ligados à teoria habermasiana, não podemos deixar de considerar os processos deliberativos conseqüências diretas, também, da apresentação de propostas dos candidatos no Horário Eleitoral Gratuito. Se, conforme o autor, a esfera pública na qual estas trocas argumentativas acontecem “não deve se limitar a percebê-los e identificá-los *os problemas*], devendo, além disso, tematizá-los, problematizá-los e dramatizá-los de modo convincente e *eficaz*” (HABERMAS, 2003, p.91, grifos do autor e parêntesis nosso), é preciso que um mín-

imo de conteúdo seja levado ao telespectador eleitor por meio da propaganda política, para que este tenha subsídios para fomentar debates públicos verdadeiramente sustentáveis.

Em 60% dos discursos coletados neste trabalho, foi constatada a falta de estímulo a esses efeitos de esfera pública, seja pela falta de propostas, seja pela falta de concretude das mesmas. É o caso de candidatos como Mário Bueres (PMDB) – que chegou a afirmar que “errar é humano, errar de novo é burrice, por isso, vote em mim”, enquanto supostamente defendia a representação da Associação dos Diabéticos do Estado do Pará (Adepa) na Câmara –; Herlander Silvio (PMDB), que pouco falou sobre propostas voltadas à comunidade GLBTS e, inclusive, limitou-se a “agradecer a meus amigos” e dizer “que os GLBTS precisam ser representados na Câmara”; Edson Matoso (PR), classista da área de esporte e lazer que pediu à população “para gritar: ‘o que é isso, minha gente?’”; e Gegê (PSC), que gastou seu tempo propondo trocadilhos e analogias entre seu nome, sua condição de anão e o ato de votar.

Estes candidatos pecam, principalmente, por incluir em seus discursos expressões ligadas à persuasão emocional dos eleitores, ao invés de apresentar idéias e propostas racionais e relevantes ao debate público. Como afirmado anteriormente, os processos de deliberação pública dependem de qualidades públicas presentes nos discursos que circulam em seu âmbito; e, a nosso ver, a qualidade dos discursos dos eleitores que debatem nas esferas públicas depende amplamente do que lhes é apresentado na campanha política.

Alguns candidatos, é preciso destacar, apresentaram propostas de gestão passíveis de

gerar debates relevantes. O professor Alfredo Costa (PT), por exemplo, reservou boa parte de seu tempo para discutir os rumos de uma proposta de lei que instituiu a meia-passagem para estudantes, que ajudou a elaborar e aprovar em seu mandato anterior de vereador. Ao invés de apenas mostrá-la como uma “prova de sua competência”, o candidato propõe que ela seja, também, estendida para os alunos de cursinhos pré-vestibular – um assunto que envolve grupos e círculos mais amplos de relações sociais do telespectador eleitor. Outro candidato, José Scaff (PDT), utiliza seu tempo para reforçar as questões de maus-tratos aos animais, citando o caso de um cavalo encontrado morto na avenida Bernardo Sayão neste ano. Utilizando exemplos relevantes para ilustrar seus temas de maior preocupação, os candidatos souberam publicizar temas relevantes e passíveis de debate em esferas públicas diversas.

Este percurso por alguns discursos de candidatos feito até agora objetivou apresentar possíveis justificativas para o desinteresse do telespectador eleitor em relação ao Horário Eleitoral Gratuito, e, por consequência, para sua falta de conhecimento sobre os candidatos a vereadores nos quais vota. Por não enxergar de forma suficiente, na propaganda política, problemas quotidianos bem fundamentados e situados, tampouco propostas políticas concretas e fáceis de identificar, tematizar e discutir sobre em esferas públicas, o eleitor não se sente estimulado a passar 30 minutos de seu dia diante da televisão – que o diga discutir o conteúdo apresentado no Horário Eleitoral publicamente. Somem-se a isso outras questões de natureza ética, técnica e referentes à linguagem audiovisual que podem influir no

nível de atenção do telespectador¹¹, e teremos um arcabouço complexo de “contra-indicações” para os interessados em extrair conteúdos publicamente relevantes da atual comunicação política mediada. O resultado de tal rede de problemáticas pode ser sentido tanto nas conversas quotidianas do período pré-eleitoral – em que dificilmente se encontra um eleitor que já conheça a fundo a plataforma de campanha de seu candidato a vereador – quanto na hora das posições dos indivíduos privados culminarem na decisão política ditada pelas urnas. Mesmo produzindo efeitos na esfera política – a renovação da Câmara Municipal, em nosso caso –, tal ação *coletiva* não possui respaldo para ser considerada consciente e racionalizada num sentido ideal. Tampouco *pública*.

4 Considerações Finais

Como já afirmado anteriormente, este estudo é apenas um recorte restrito de um processo político complexo e dinâmico, que envolve outros agentes, sujeitos e possibilidades de abordagem. Por conta da experiência de coleta, categorização e crítica das qualidades públicas presentes ou não nos discursos políticos dos candidatos a vereadores em Belém, no entanto, um leque de novos aspectos analíticos surgiu, de forma a viabilizar novas pesquisas em torno do tema.

Neste artigo, destacou-se o papel dos media televisivos ao publicizar e dar oportunidade para que os candidatos expusessem suas propostas e plataformas de campanha de forma gratuita, por meio do Horário

¹¹ Tais conceitos são aprofundados em longa análise de cunho político por Gomes (2004), e explorados em seu aspecto técnico por Thompson (1998).

Eleitoral Gratuito. Na hora do processo de transmissão do conteúdo mediado, por questões metodológicas, focamos mais na produção e emissão deste discurso político que em seus contextos e processos de recepção; apesar de elencar alguns aspectos dos efeitos de esfera pública que podem ser criados a partir da última, a preocupação maior foi com as qualidades públicas destes discursos.

Não há como questionar os fatores atenção e interesse do telespectador eleitor ao se considerar seu nível de conhecimento e respaldo ao levar certos assuntos ao debate público em esferas argumentativas. Portanto, um estudo posterior que poderia enriquecer amplamente nossa análise voltaria seus olhares não mais para os candidatos a vereadores, mas para os que nele votam e, a partir de seus discursos, produzem um ato capaz de promover a mudança institucional – no caso, o voto no período das eleições.

Outro elemento que poderia ser levado em conta em uma análise mais aprofundada seria o nível de exigências técnicas e tempo dispensado aos candidatos durante o Horário Eleitoral Gratuito. Sabe-se que há muitas barreiras que impedem o controle sobre o conteúdo que os candidatos desejam apresentar em sua propaganda política, mas uma análise posterior, por exemplo, poderia estudar a criação de um sistema de cotas mínimas de propostas e idéias que deveriam ser apresentadas por candidato. Para isso, no entanto, mais tempo na TV aberta deveria ser oferecido a eles, no sentido de dar-lhes oportunidades de melhor aprofundar questões essenciais ao debate público no período pré-eleitoral – o que, certamente, demandaria um debate ampliado, também, às questões estruturais do meio audiovisual.

5 Bibliografia

- AMARAL, G., *Atribuições das Câmaras Municipais*. Disponível em www.ampem.com.br/mccea/asp/AtribuicoesCamarasMunicipais.asp. Acesso em 22/11/2008.
- CHARAUDEAU, P. (2006), *O discurso político*. São Paulo: Contexto.
- GOMES, W. (2004), *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus.
- GOMES, W. (2008), “*Esfera pública política e comunicação em Direito e Democracia de Jürgen Habermas*”. In: GOMES, W., e MAIA, R.. *Comunicação e democracia – problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus
- HELD, D. (1987) “*O que a democracia deveria significar hoje?*”. In: HELD, David. *Modelos de democracia*. Belo Horizonte: Paidéia.
- HABERMAS, J. (2003), *Direito e Democracia - Entre Facticidade e Validade II*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- MESQUITA, F. A., “*O dia ‘D’: análise do enquadramento às coberturas de Veja e IstoÉ no domingo anterior às eleições presidenciais do 2º turno*”. Disponível em www.unesp.br/publicacoes/anais-comunicacao/textos/24.pdf. Acesso em 22/11/2008.
- THOMPSON, J. B. (1998), *Mídia e Modernidade Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.

WOLF, M. (1996), *Teorias da Comunicação: Mass media, contextos e paradigmas, novas tendências, efeitos a longo prazo, o newsmaking*. Lisboa: Presença.

www.tre-pa.gov.br. Acesso em 19/11/2008.

www.orm.com.br>. Acesso em 23/11/2008.