

APRESENTAÇÃO

Esta edição da REB traz um dossiê sobre as eleições brasileiras de 2018, com o objetivo de auxiliar na compreensão do que foi um dos processos eleitorais com rupturas mais radicais do ponto de vista das preferências dos eleitores desde a segunda redemocratização. Muito ainda terá que se produzir e pensar sobre os precedentes, o desenvolvimento e os resultados das eleições nacionais brasileiras de 2018.

Podemos considerar a eleição presidencial de 2018 como uma eleição crítica por uma série de razões. Em primeiro lugar, corresponde ao fim do ciclo de governos do Partido dos Trabalhadores (PT), que esteve no poder desde 2003. Segundo, representou um giro conservador nas eleições ao cargo de Presidente da República. Terceiro, esteve imersa em forte polêmica e questionamento, dado à condenação (até agora questionada por parte da elite política) do principal candidato nas pesquisas, o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva. Quarto, o pleito de 2018 foi o mais fragmentado desde 1989. O número de candidatos a presidente chegou a 13, frente às 22 candidaturas da primeira eleição direta após a redemocratização. Quinto, pela primeira vez desde 1989, o principal adversário do PT não foi o PSDB, mas um candidato avulso que utilizou um pequeno partido, com pouca projeção legislativa como plataforma política para a sua candidatura. Finalmente, foi marcada por uma forte polarização das preferências, com um nível de confronto muito alto nos discursos e, em menor medida, nas ruas.

Tais elementos convertem as eleições de 2018 em um evento altamente controverso, sujeito a interpretações divergentes e posicionamentos não raramente antagônicos. Tudo foi colocado em questão, desde a fiabilidade do voto eletrônico, a legalidade do julgamento de Lula, o financiamento de disparos de mensagens de Whatsapp não declarados à justiça eleitoral, o conteúdo dessas mensagens até o fenômeno das Fake News. Essa divisão observa-se não apenas entre os atores políticos, mas também se encontra refletida na opinião de distintos especialistas da ciência política, entre os que defendem a normalidade institucional do processo e aqueles que o denunciam como uma anormalidade dentro do que seria esperado em um estado de direito democrático.

A judicialização da política ou a politização da justiça constitui outro tema que permeia todo o processo eleitoral de 2018. A Operação Lava Jato, que envolvia o Ministério Público, a Justiça Federal do Paraná e a Polícia Federal, foi cercada de alto interesse público e enorme debate nos meios de comunicação, inclusive com a alta visibilidade pública de alguns de seus personagens mais visíveis. Por exemplo, o juiz federal de primeira instância Sérgio Moro foi considerado por muitos como um “super-herói” ou um paladino da justiça contra os “monstros” da corrupção que “destruíam” o país. Sem a análise da interação entre os meios de comunicação, o poder judiciário e a reação das forças políticas a esse processo, seriam muito difícil entender o contexto político no qual se desenvolveram as eleições de 2018 no Brasil.

No período inicial das pesquisas a concentração de atenção sobre os fatores relevantes das campanhas eleitorais recaiu sobre as novas formas de contato entre candidatos e eleitores, em especial as digitais, mais especificamente as realizadas via páginas em redes sociais *online* (RSO) e em grupos fechados de comunicação digital. O uso extensivo de novas tecnologias, como as redes sociais e as aplicações de mensagens instantâneas, desempenhou um papel fundamental nas estratégias de comunicação dos candidatos. Esse processo foi mais visível e debatido na disputa presidencial, mas teve um impacto igualmente relevante no que diz respeito às candidaturas legislativas tanto no nível estadual como no nacional. Figuras sem experiência política, mas com alto engajamento nas redes sociais, foram eleitas com milhares ou inclusive milhões de votos, superando em muito o quociente eleitoral e ajudando a eleger outros candidatos de seus partidos (na sua maioria de caráter conservador ou ultraliberal).

Nossa contribuição no dossiê é jogar luz sobre um aspecto bastante concreto desse processo: as formas tradicionais de contato entre eleitor e candidato, notadamente a televisão, seja no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), seja nos debates televisivos. Também chamamos atenção para o fato de que, no Brasil, as eleições nacionais vão além das disputas para a presidência da república.

No artigo “Nunca antes na história: a reconfiguração do campo político na campanha eleitoral brasileira de 2018 na televisão”, o pesquisador André Ricardo Valle Vasco Pereira aborda as configurações muito específicas da elite política brasileira que pode ser aferida a partir do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). É a partir dos conteúdos produzidos pelos candidatos em rádio e televisão que o autor busca identificar as mudanças na dinâmica do campo político em relação às campanhas das duas décadas anteriores. A análise comparativa permite elucidar aspectos inovadores na comunicação política no meio já consolidado e altamente formalizado que é a propaganda eleitoral gratuita e obrigatória. Portanto, permite observar que, ainda que o meio seja o mesmo e regido pelas mesmas regras e formatos, existe espaço para inovação e mudanças estratégicas nas comunicações de campanha dos candidatos. O autor chama a atenção para o domínio discursivo no campo conservador adotado pela maioria dos candidatos por meio de uma linguagem moralista anticorrupção, em defesa da família, dos valores tradicionais e de um estado repressor que resolvesse o problema da violência. Nesse contexto discursivo, o candidato Jair Bolsonaro foi eficaz em posicionar-se como o representante mais fiel a esse ideário, o que constituiria um dos elementos centrais para a sua vitória.

Também sobre o papel da televisão na campanha à presidente em 2018, as pesquisadoras Fernanda Cavassana de Carvalho, Andressa Buture Kniess e Rafaela Mazurechen Sindorski analisam estratégias específicas dos candidatos no artigo “Ataques e defesas nos debates eleitorais televisivos”. Os debates televisivos ainda são importantes ferramentas de posicionamento de candidatos frente ao eleitor, seja o que está indeciso, seja o que já definiu seu voto. É um momento de reforço ou mudança de posição dos eleitores. No artigo as autoras identificam como principais estratégias dos candidatos a concentração de ataques naqueles adversários com maior possibilidade de vitória ou crescimento eleitoral. Ademais, os principais ataques ocorriam nas réplicas.

No artigo “Clube da luta: competição eleitoral na disputa para os governos estaduais brasileiros (2006-2018)”, Erikson Calheiros e colegas abordam outra dimensão tradicional das análises de campanhas eleitorais no Brasil, a do financiamento. Com dados de candidatos ao sistema subnacional, eles analisam a eficiência do uso de recursos financeiros declarados por candidatos à reeleição e desafiante aos governos estaduais. Sua análise sugere maior eficiência de gasto (mais votos por cada Real investido) nos candidatos que desafiam os mandatários que nos eleitos que procuram a reeleição. Além disso, contribuem com mais evidência empírica para a hipótese já estabelecida nos estudos de financiamento de campanhas no Brasil de que a maior gasto, maior o número de votos obtidos, em uma relação linear e positiva de magnitude moderada alta. Estudos e análises, ainda que alcancem aspectos limitados das campanhas, sobre as disputas eleitorais subnacionais são importantes para superarmos a diferença de atenção que existe entre as eleições presidenciais e as estaduais em anos de campanhas nacionais no Brasil.

Boa leitura!

COORDENADORES

Dr. Rodrigo Rodrigues-Silveira
Universidad de Salamanca,
USAL, Espanha. Professor de
Ciência Política da USAL. Coor-
denador do CompassLab.

rodrodr@gmail.com

Dr.ª Sonia Terron
Pesquisadora associada ao
núcleo de pesquisa DOXA do
Instituto de Estudos Sociais e Po-
líticos da Universidade do Estado
do Rio de Janeiro, UERJ, Brasil

terron.sonia@gmail.com

Dr. Emerson Urizzi Cervi
Universidade Federal do Paraná,
UFPR, Brasil. Professor do De-
partamento de Ciência Política da
Universidade Federal do Paraná
(UFPR, Brasil).

ecervi7@gmail.com