

A campanha eleitoral caiu na rede: um estudo de caso dos sites de Luís Inácio Lula da Silva (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB) e Cristovam Buarque (PDT) em 2006

Andrea Reis

Na análise dos sites oficiais dos candidatos à Presidência da República Luís Inácio Lula da Silva, Geraldo Alckmin e Cristovam Buarque durante a eleição de 2006, percebeu-se que, quanto às principais finalidades de utilização, o do primeiro tratava-se de um espaço para fazer *download* do material de campanha, e o do segundo era um espaço para estimular a interatividade com o eleitor.

Barbara Warnick¹ (1998) define esses sites como “*nonparodic*”, ou sites “sérios”, de informação, que divulgam as notícias tradicionais, como as que são encontradas em jornais e telejornais. Porém, havia muito humor no site do candidato da oposição, uma das principais características dos sites “*parodic*”, sites não-oficiais sobre os candidatos e a campanha. As paródias, em formato *flash*, estavam sempre relacionadas aos escândalos ocorridos no governo Lula. Infelizmente, o programa *HTTrack* não permite a gravação de tais formatos.

Os três sites eram muitos distintos entre si. No do candidato da situação, o *layout* era mais sóbrio, predominando os tons de cinza, com detalhes em vermelho, enquanto cabeçalho (parte superior que se mantém durante a navegação pelo site) predominavam os tons de verde-escuro, amarelo e vermelho, e a estrela do partido e o nome do candidato apareciam no tom prateado. O site de Geraldo Alckmin manteve o estilo *clean*, em que a cor branca prevalecia, acompanhada pelos tons de azul e amarelo, cores que também predominavam no cabeçalho. No site de Cristovam Buarque. O tom vermelho predominava, juntamente com tons de cinza ao centro.

Uma vez que a internet cria mais oportunidades de participação do que a mídia tradicional, os candidatos puderam explorar aquilo que sua estratégia de campanha definia com o melhor meio para agregar votos. O site de Alckmin oferecia diversas maneiras de interação com o usuário, como enquetes, formulários, que o eleitor poderia preencher com comentários e reenviar, e também pelo blog pessoal do candidato, que era atualizado uma vez por semana.

¹ WARNICK, Barbara. Appearance or reality? Political parody on web in campaigning '96; *Critical Studies in Mass Communication*, vol 15, 1998. p. 306-324.



Neamp

Essa era a principal diferença entre os blogs de Alckmin e de Buarque: enquanto o primeiro ficava alocado dentro do site do partido e era atualizado pelo próprio candidato, o segundo estava alocado em outro site, em que o tom azul predominava ao fundo, funcionando mais como um diário da campanha, com postagens muitas vezes assinadas por *Ascom CB*² e não pelo candidato.

28/09/2006 22:35:00

Começa debate dos presidenciais na Rede Globo

Ascom CB

Começou, há pouco, o debate dos presidenciais na Rede Globo.

O debate terá cinco blocos, dois com temas determinados, dois com temas livres e um último para as considerações finais. As perguntas serão feitas sempre de candidato para candidato.

Tanto o blog de Alckmin como a possibilidade de fazer o *download* das propagandas eleitorais de rádio e televisão no site de Lula foram grandes novidades. A oportunidade de baixar propagandas eleitorais foi uma grande inovação, porque permitiam que os eleitores os assistissem a qualquer hora, e não apenas nos horários determinados pela Justiça Eleitoral. Tal estratégia, se a legislação eleitoral permitir, possivelmente será utilizada nas próximas campanhas.

O blog de Geraldo Alckmin procurava dar ao eleitor uma sensação de democracia cibernética, pois este poderia postar o comentário que desejasse, com publicação imediata, entretanto uma triagem era realizada e os que possuíssem conteúdo contrário a Alckmin eram eliminados, enquanto os comentários ofensivos ao candidato a reeleição e aos seus eleitores não eram retirados.

No exemplo a seguir, o comentário em destaque foi retirado por essa triagem, enquanto o outro permaneceu:

Porque o Lulla está solto? - 10/09/2006

² Possivelmente, abreviação de Assessoria de Comunicação de Cristovam Buarque.
Aurora,4 : 2009



Neamp

Corruptos, Propineiros, Cuequeiros e Terroristas Votam em Lulla.... FORA LULLADRÃO!!!!!!!!!! Prof. Carlos Pinheiro.

Mensagem de: Carlos Pinheiro

Vitória - 11/09/2006

É LULA DE NOVO COM A FORÇA DO POVO

Mensagem de: Lourivaldo

Os comentários desse exemplo foram postados em resposta ao *post* do dia 31 de agosto de 2006, intitulado de “Chega de mensalão, Caixa 2, dinheiro na cueca, vampiros e sanguessugas”. No total, foram 32 *posts* assinados pelo candidato.

Chega de mensalão, Caixa 2, dinheiro na cueca, vampiros e sanguessugas.

Combate à corrupção precisa ser uma obsessão do presidente

Você já parou para pensar no mal que a corrupção faz ao Brasil? Waldomiro, mensalão, Caixa 2, dinheiro na cueca, sanguessuga, corrupção nos Correios. Ninguém agüenta mais ouvir tanta notícia de corrupção. E o pior é que nos últimos dois anos foi assim, uma notícia atrás da outra. Ministros do atual presidente foram denunciados e tiveram que pedir demissão, tiveram que depor na polícia. Altos dirigentes do PT, como o tesoureiro Delúbio, estão acusados por crimes.

O procurador-geral da República denunciou 40 pessoas, a maioria por roubo de dinheiro público. E na lista tinha gente com sala no Palácio do Planalto, bem perto da sala do Lula.

O Brasil de hoje está na lista dos países mais corruptos. A perda com corrupção é maior do que o gasto com o Bolsa Família. E quando um país tem muita corrupção, as empresas deixam de investir e isso causa desemprego. Instituições sérias como o Banco Mundial decidiram: não vão mais dar financiamento para países corruptos. Isso vai prejudicar obras importantes como o Metrô, redes de água e esgoto, estradas.

Um presidente que não controla seus ministros e alega que nada viu, e nada sabe, faz mal para o Brasil, para os brasileiros. É obrigação de todos os brasileiros combaterem a corrupção. Não é guerra o que estamos fazendo, esse é nosso dever.

As críticas divulgadas no site do candidato Lula ao seu adversário ficavam na parte destinada aos boletins de campanha, que também eram enviados por e-mail, conforme um dos



Neamp

últimos boletins de 25 de outubro de 2006. A quantidade de boletins produzidos foram superiores ao de *posts* no blog do adversário, com um total de 73 boletins, que, porém, não eram assinados por Lula. Essa era outra diferença entre os sites: enquanto o de Alckmin parecia mais pessoal, podendo até provocar a sensação de que o candidato entrava todas as noites só para acompanhar os novos comentários realizados em seu blog, o de Lula tinha todas as características de um site oficial de campanha.

A seguir temos a reprodução do último boletim de campanha.

Alckmin quebrou a agricultura de São Paulo

O "choque de gestão" que Geraldo Alckmin promoveu na segurança pública de São Paulo ajuda a entender o PCC.

O mesmo "choque" aplicado à agricultura paulista foi responsável pelo sucateamento e pelo abandono do setor.

Em 2005, a gestão do PSDB em São Paulo destinou apenas R\$ 573,2 milhões à Secretaria de Agricultura, menos de 0,8 % do orçamento do Estado. Desse total, 30 % foram desviados para outras finalidades.

Como não dava para privatizar, como fizeram com as empresas estatais paulistas, a política agrícola dos tucanos resumiu-se a municipalizar 73 % das 594 Casas de Agricultura existentes, ou seja, transferiram para os prefeitos uma responsabilidade que deveria ser do governo do estado.

Os municípios receberam o ônus, mas não viram a cor do dinheiro, o que levou à precarização dos serviços, prejudicando os produtores rurais, especialmente os pequenos.

Os quinze anos sem concurso público e o arrocho no salário dos servidores provocaram o esvaziamento dos quadros da assistência técnica e defesa agropecuária do estado, dificultando a fiscalização das fronteiras para evitar a entrada da febre aftosa.

A falta de assistência técnica impede que muitos pequenos produtores paulistas acessem os créditos do Pronaf. É por isso que, apesar de ser o estado mais rico da federação, São Paulo ficou atrás de vários outros estados nos contratos do Pronaf, em 2005.

Geraldo Alckmin não tem compromisso a reforma agrária.

Da meta de 8 mil famílias que prometeu assentar em terras do governo do estado entre 2003 e 2006, só assentou 685, sendo que, destas, 136 foram assentadas integralmente com recursos do governo federal.

Além de não investir nos assentamentos rurais de São Paulo, seu governo não aplicou os recursos disponibilizados pelo Incra para arrecadação de terras devolutas para assentamento no Pontal do Paranapanema.



Dos R\$ 67,8 milhões disponibilizados entre 2003 e 2005, foram utilizados somente R\$ 16,4 milhões. Não bastasse, a marca do governo tucano foi perseguir e criminalizar os movimentos sociais de luta pela terra.

Outra característica do site tucano era a de ser muito agressivo ao candidato Lula. Os *links* do menu de navegação que ficavam fixos no cabeçalho como uma forma de ataque ao governo Lula. Ao nomear sua biografia como “Perfil ético”, a estratégia foi a de incutir no eleitor a idéia de oposição ao governo do adversário, que estava envolvido em várias denúncias de corrupção. Apresenta fotos da família, do candidato ao lado do falecido Governador Mário Covas e informações sobre o passado político de Alckmin.

A figura do vice-presidente é mais marcante no site de Lula: já no cabeçalho havia o *link* “Conheça o vice”, onde o eleitor tinha acesso direto ao currículo de José Alencar. O *link* com a possibilidade de conhecer melhor o vice de Alckmin, o senador José Jorge, estava escondido no “Perfil ético”.

Nos menus dos cabeçalhos também eram apresentadas as realizações de ambos os candidatos: um enfatizava as mudanças ocorridas no país, por meio do *link* “O Brasil mudou”; o outro, as realizadas no estado de São Paulo, por meio do *link* “Administrador competente”.

As categorias de avaliação dos sites – anteriormente definidas – são: Informação; Interatividade; Facilidade de uso e estética. Conforme a tabela a seguir, o site tucano apresentou mais elementos que o site petista, o que auxiliou em sua avaliação quantitativa.

Tabela 1: Avaliação das categorias presentes nos sites

	Lula	Alckmin	Cristovam
Informação	28	52	48
Interatividade	22	40	31
Facilidade de uso	22	40	30
Estética	48	56	48
Total	120	188	157

O *link* “Notícias” constava nos dois sites, mas o de Alckmin produziu um número maior. Durante nossa primeira seleção para a amostra, em que foram gravadas todas as



Neamp

notícias publicadas nas quartas-feiras entre os meses de julho e outubro, constatou-se 234 notícias no site tucano contra 97 no site petista. A partir dessas, fizemos uma nova amostra e analisamos 147 notícias produzidas ou reproduzidas no site de Alckmin e 61 notícias no site de Lula. As notícias publicadas no site de Cristovam Buarque foram bem menores, sendo analisadas, dentro de nossa seleção, um total de 23 notícias.



Os enquadramentos das notícias utilizados pelos candidatos, quantificados na tabela a seguir, demonstram alguns fatos interessantes.

Tabela 2: Categorias das notícias nos sites dos candidatos

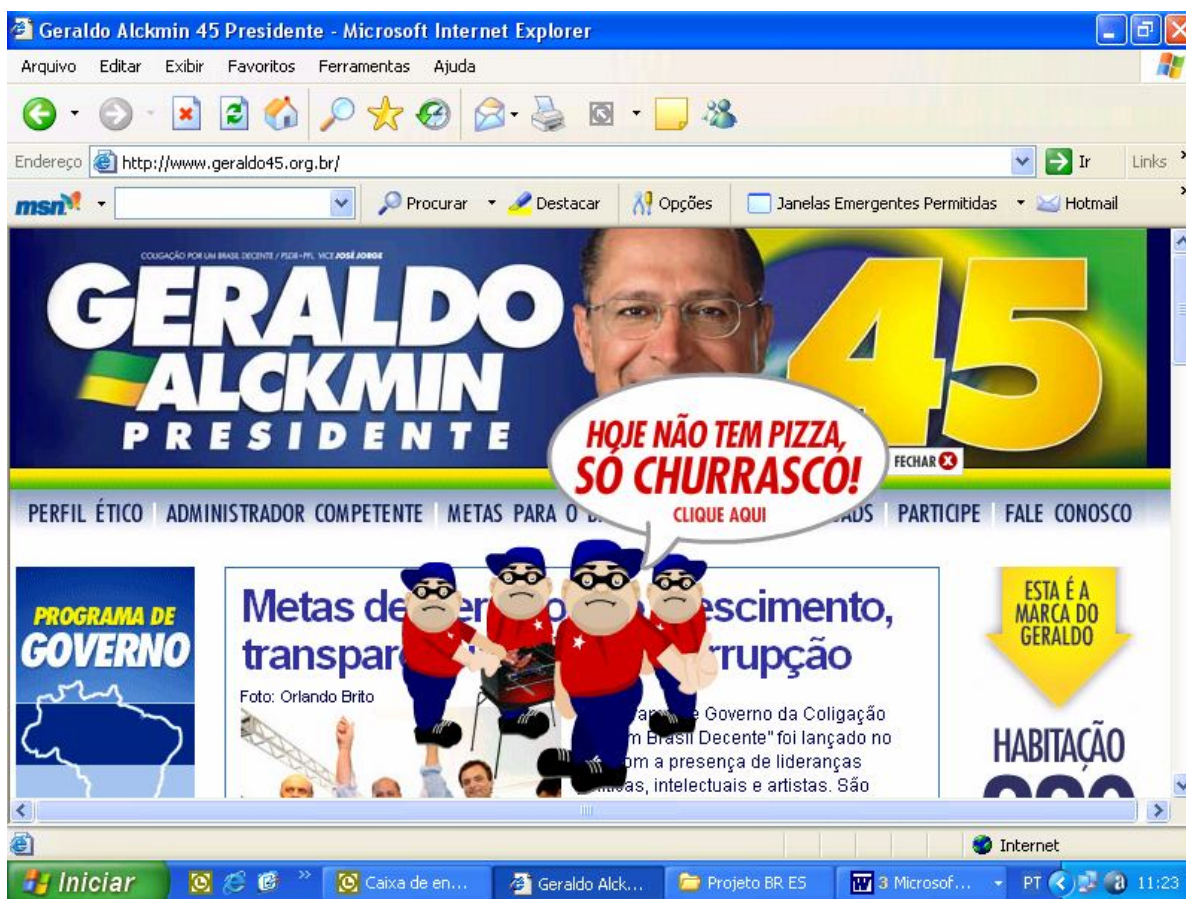
	Lula	Alckmin	Cristovam
Avaliativa crítica	4,9 %	0,7 %	13 %
Avaliativa moral	14,8 %	5,4 %	17,3 %
Propositiva	8,2 %	25,9 %	30,4 %



Neamp

Opinativa	9,8 %	27,9 %	60,8 %
Informativo direto	68,9 %	74,8 %	26 %
Informativo indireto	29,5 %	19,7 %	65,2 %
Posicionamento	59 %	14,3 %	39,1 %
Político			

O primeiro fato é a falsa sensação de que o site de Geraldo Alckmin não foi crítico em relação ao site de Lula, pois, em nossa definição, para que a notícia ser considerada crítica, necessitava trazer também uma proposta para a criação de novos valores. De outra forma, o site de Cristovam Buarque alcançou 13 % na categoria Avaliativa/crítica.



A avaliação moral também esteve mais presente no site de Buarque do que no de Lula e de Alckmin, o que pode ser justificado pelo fato de o candidato não ter experiência administrativa no Governo Federal.



Neamp

Ao comparar as categorias Propositiva e Opinativa, notamos que essas preponderaram no site da situação. As categorias Informativo direto e indireto nos mostravam o que era produzido pelo site e o que era reproduzido da mídia convencional no ciberespaço, e, quando comparamos os três sites, percebemos que o site de Alckmin foi o que menos reproduziu o discurso da mídia convencional e foi o que mais produziu notícias. A situação oposta foi encontrada no site de Cristovam Buarque.

O site de Lula sobressaiu-se na categoria Posicionamento político.

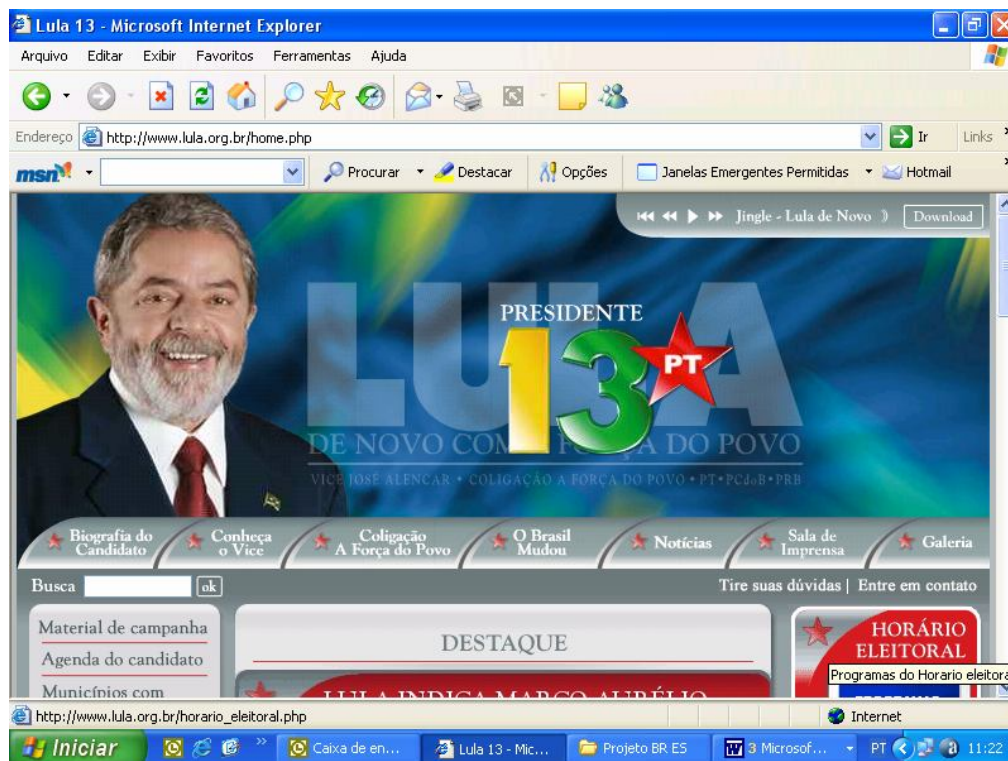


Tabela 3: Temas presentes nos sites dos candidatos

	Lula	Alckmin	Cristovam
Economia e política econômica	08	13	–
Infra-estrutura	02	07	–
Social	05	11	01
Violência e segurança	01	04	–
Ciência, tecnologia e cultura	01	03	–
Campanha eleitoral	15	47	03
Candidatos	29	35	16
Contendas políticas	–	24	02



Neamp

Política externa	–	02	–
Outros	–	01	–

Apesar de esta ser uma análise mais quantitativa, na qual utilizamos o SPSS para contabilizar as categorias, também criamos a variável Subtemas, para quantificar melhor as diversas maneiras que o tema poderia ser tratado. Lembramos que, diferentemente da categoria Tema, essa não é excludente.

A Tabela 3 releva um dado curioso: apesar de Cristovam Buarque o “candidato da Educação”, seu site apresentou apenas uma notícia em que esse foi o tema central. O site de Alckmin apresentou temas relacionados à campanha eleitoral, enquanto os de Lula e Buarque trataram mais do tema Candidatos.

Quando analisamos a frequência dos subtemas abordados nos sites dos candidatos, percebemos o baixo nível de informação com relação aos planos de governo. Temas considerados como principais preocupações da opinião pública, como segurança, saúde, educação e desemprego, foram poucos abordados pelos candidatos.

Tabela 4: Frequência dos subtemas tratados nos sites dos candidatos

	Lula	Alckmin	Cristovam
Economia e política econômica			
Indústria	01	–	–
Agricultura	04	02	–
Comércio	01	02	–
Serviços	–	02	–
Mercado de trabalho e salário	04	05	–
Desemprego	01	05	–
Banco Central, juros e câmbio	03	–	–
Impostos e tributos	04	08	–
Privatização	03	04	01
Crescimento econômico	09	21	01
Orçamento	–	05	–
Outros	03	–	01
Infra-estrutura			
Transporte e estrada	–	09	–
Saneamento básico	–	03	–
Energia	–	03	–
Questões ambientais	03	03	–



Neamp

Outros	03	02	–
Social			
Habitação	01	05	01
Saúde	02	06	–
Educação	07	08	09
Políticas compensatórias (bolsa família)	07	08	01
Questão agrária	02	07	–
Outros	03	01	–
Violência e segurança			
Violência	01	03	–
Penas	–	–	–
Sistema penitenciário	–	03	01
Política de segurança	01	09	–
Outros	–	–	–
Ciência, tecnologia e cultura			
Ciência e tecnologia	02	06	–
Cultura, esporte e turismo	02	05	–
Outros	–	–	–
Campanha eleitoral			
Pesquisa eleitoral	05	08	–
Debate político	02	05	02
Entrevistas com candidatos	07	16	–
Convenções partidárias	–	–	–
Resultados eleitorais	–	03	–
Horário eleitoral	02	02	–
Outros	04	06	02
Candidatos			
Alianças	01	09	01
Apoios	18	22	04
Confrontos/ataques	07	39	05
Programa de governo	05	58	11
Declarações	10	18	09
Agenda do candidato	14	12	02
Outros	–	02	–
Contendas Políticas			
Declarações sobre o Governo Lula	–	18	2
Declarações sobre o Governo FHC	04	01	–
Escândalos políticos (CPI)	02	21	–
Questões éticas e corrupção	04	30	06
Organizações não-partidárias	–	01	–
Outros	02	02	–
Política Externa			
Política Latino-Americana	03	04	02
África	02	01	–



Neamp

Ásia	–	–	–
União Européia	–	–	–
Estados Unidos	01	01	–
Outros	–	–	–

Nota-se que a tabela anterior reforça nossa afirmação inicial com relação à utilização dos sites pelos candidatos. A baixa frequência dos temas e até das notícias publicadas no site de Lula demonstram que a estratégia era fazer do site um espaço virtual para os *downloads* dos materiais de campanha e dos horários eleitorais. Já o site de Alckmin utilizou o espaço para atacar o adversário, o que pode ser comprovado pela elevada frequência em seu site dos subtemas Confrontos/ataques, declarações sobre o Governo Lula, escândalos políticos e questões éticas e corrupção.