

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA

PAULO CESAR DOS SANTOS GREGORIO

**PADRÕES DE INTERAÇÃO ESTRATÉGICA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE
2018: atores e temáticas**

São Carlos-SP

2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA

PAULO CESAR DOS SANTOS GREGORIO

**PADRÕES DE INTERAÇÃO ESTRATÉGICA NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE
2018: atores e temáticas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal de São Carlos, para obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Pedro José Floriano Ribeiro

Instituição financiadora: CAPES

São Carlos-SP
2021



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Ciência Política

Folha de Aprovação

Defesa de Dissertação de Mestrado do candidato Paulo Cesar dos Santos Gregorio, realizada em 25/02/2021.

Comissão Julgadora:

Prof. Dr. Pedro José Floriano Ribeiro (UFSCar)

Profa. Dra. Simone Diniz (UFSCar)

Profa. Dra. Gabriela da Silva Tarouco (UFPE)

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

O Relatório de Defesa assinado pelos membros da Comissão Julgadora encontra-se arquivado junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política.

DEDICATÓRIA

À Juscelia Ferreira dos Santos, minha amada e querida mãe, exemplo de vida. À Maria Eunice Ferreira dos Santos, madrinha e modelo de determinação. À Antônio Valdemir Pavão, pai e amigo, por seu apoio irrestrito. E à minha saudosa avó Ana Barbosa Damasceno.

AGRADECIMENTO

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), fundação do Ministério da Educação (MEC) pelo financiamento da pesquisa que resultou nesta dissertação de mestrado. O apoio da Fundação foi fundamental para o êxito e desenvolvimento da pesquisa.

Ao Professor Pedro José Floriano Ribeiro, meu orientador durante os dois anos de mestrado, por acreditar no projeto mesmo quando era ainda um esboço, pelo apoio constante e por compartilhar seu conhecimento, o qual foi essencial para o enriquecimento da pesquisa.

À Professora Simone Diniz, pelas inúmeras sugestões que foram primordiais ao aprimoramento da dissertação e cuja participação foi fundamental para a construção da versão final da dissertação.

À Professora Gabriela da Silva Tarouco pela participação em minha defesa e cujo trabalho e recomendações foram primordiais a finalização deste trabalho.

À Professora Lucy de Oliveira pelas contribuições manifestadas ao longo das disciplinas e cursos ministrados.

À Professora Maria do Socorro Sousa Braga, pelas sugestões e contribuições ao longo de todo processo de construção desta pesquisa.

A todo o corpo docente do PPG-Pol pelo apoio e ensinamentos.

À minha família, em especial aos meus irmãos Julia Pavão e Rafael Pavão, pelo apoio constante.

Aos amigos de mestrado e amigos que ajudaram a tornar esta caminhada mais leve. Especialmente à Flávio Contrera, que além de professor me apoiou em todos os momentos e parceiro em projetos acadêmicos. À Barbara Lima, amiga durante toda essa caminhada e parceira em projetos acadêmicos. À André Luis Silva Eiras, José Augusto Marques e Bruna Quinzan amigos para todas as horas e também parceiros em diversas discussões para agendas de pesquisa. Também à Bruno Rossi, Daniele Mesquita, Derique Godoy, Emmanuel Morales, Gabriel Rodrigues, Gabriel Lopes, Guilherme Vuitik, Grazielli Camillo, Iuri Fernandes, Jean Bernard Bugarin Steenhouwer, Juliana Rosim, Ricardo Cremonini, Valdemir Silveira, Vinicius Silva, Wellington Santos e William Gallo.

RESUMO

GREGORIO, Paulo Cesar dos Santos. *Padrões de interação estratégica nas eleições presidenciais de 2018: atores e temáticas*. 2021. 107 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade Federal de São Carlos, campus São Carlos, São Carlos-SP, 2021.

Movimentos de direita possuem ordem crescente na atualidade e encontram apoio nos pilares e na lógica da democracia moderna, sustentando ideais do liberalismo, conservadorismo, autoritarismo e populismo. Esse cenário recente é acompanhado pela insatisfação crescente com a política e tem repercutido tanto em democracias recentes quanto em democracias consolidadas. No Brasil, atores sociais vinculados à direita ganharam representatividade social e visibilidade, disseminando um discurso antissistema parcialmente atribuído ao impacto das operações contra corrupção nos sistemas partidários e a recessão econômica entre 2014 e 2016. Com efeito, nas eleições para a presidência de 2018, o esfacelamento da aliança eleitoral tradicionalmente realizada com MDB/PMDB e a fragmentação das candidaturas de partidos de direita e centro-direita, provocaram uma alteração na dinâmica de interação estratégica que teria deixado de ser polarizada entre PT e PSDB. Assim, definimos como objetivo principal deste trabalho identificar e compreender os padrões de interação estratégica nas eleições presidenciais de 2018, indicando quais foram as temáticas priorizadas pelos partidos, seja pela ênfase em assuntos vantajosos em relação ao eleitorado ou, quando em rede de interação com outros partidos, àqueles que consideram prejudiciais ao adversário. Em um primeiro bloco, percebemos em todas as candidaturas o apelo antissistema e de Reforma Política. Já no espectro das candidaturas de centro-direita e de direita, a saliência tanto no manifesto quanto no HGPE está calcada sobretudo no ideário econômico liberal – com exceção para o PSL, na ênfase de valores conservadores em temas como família, aborto e na narrativa nacionalista no HGPE. Nossos resultados apontam também que embora PT e PSL não tenham interagido significativamente entre si, essas candidaturas foram, por meio da interação de terceiras candidaturas – notadamente PSDB, MDB, PODEMOS e PDT –, os polos centrais na rede de interações estratégicas construída no HGPE. Constituindo-se como uma estratégia daqueles que estão em desvantagem na corrida eleitoral, a propaganda negativa, direcionada primordialmente ao PSL e ao PT, não surtiu o efeito esperado. Ao contrário, os indícios aqui apresentados sugerem que ela pode ter impulsionado ambas as candidaturas, especialmente a do PSL. Constituídas por redes de interações majoritariamente diretas, efetuadas pelo próprio candidato adversário ou pelo narrador em off, PT e PSL foram associados, respectivamente, à corrupção e à disseminação de *fake news* e, conjuntamente, à polarização.

Palavras-chave: Saliência temática. Interação. Eleições. Partidos políticos.

ABSTRACT

Right-wing movements have a growing order today and find support in the pillars and logic of modern democracy, supporting the ideals of liberalism, conservatism, authoritarianism and populism. This recent scenario is accompanied by growing dissatisfaction with politics and has had repercussions on both recent and consolidated democracies. In Brazil, social actors linked to the right-wing gained social representation and visibility, disseminating an anti-system discourse partially attributed to the impact of anti-corruption operations and the economic recession between 2014 and 2016. Indeed, in the elections for the presidency 2018, the disintegration of the electoral alliance traditionally held with MDB/PSDB and the fragmentation of the candidacies of right and center-right parties, provoked a change in the dynamic of strategic interaction that would have ceased to be polarized between PT and PSDB. Therefore, we have set the main objective of this work to identify and understand the patterns of strategic interaction in the 2018 presidential elections, indicating which were the themes prioritized by the parties, either by the emphasis on advantageous subjects in relation to the electorate or, when in network interaction with other parties, those who consider harmful to the opponent. In a first block, we noticed in all the applications the appeal anti System and Political Reform. In the spectrum of center-right and right-wing applications, the prominence in both the Manifesto and the television campaign advertising (HGPE) is based mainly on liberal economic ideology - with the exception of the PSL, in the emphasis of conservative values in topics such as family, abortion and the nationalist narrative in HGPE. Our results also point out that although PT and PSL have not significantly interacted with each other, these parties were, through the interaction of third ones - notably PSDB, MDB, PODEMOS and PDT -, the central poles in the strategic interaction network built on HGPE. Constituting as a strategy of those who are at a disadvantage in the electoral race, the negative propaganda, directed primarily to the PSL and the PT, did not have the expected effect. On the contrary, the evidence presented here suggests that it may have boosted both applications, especially that of the PSL. Consisting of networks of mostly direct interactions, carried out by the opposing candidate himself or by the narrator off, PT and PSL were associated, respectively, with corruption and the spread of fake news and, together, with polarization.

Keywords: Issue saliency. Strategic Interaction. Elections. Parties.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Posicionamento dos partidos na escala RILE no manifesto	54
Gráfico 2 – Número de interações às candidaturas receptoras no HGPE	71
Gráfico 3 – Frequência de temáticas emitidas nas interações	77
Grafo 1 – Redes de interação estratégica no HGPE	70
Grafo 2 – Redes de interação diretas e indiretas	75
Grafo 3 – Redes de interação positivas, neutras e negativas	81

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Identificação dos manifestos codificados e candidaturas relacionadas	35
Quadro 2 – Critérios de classificação de acordo com as técnicas de análise	38
Quadro 3 – Domínios e categorias pelo método padrão de MARPOR	40
Quadro 4 – Descrição das subcategorias de “Autoridade Política” (305)	42
Quadro 5 – Exemplo de classificação das UA a partir da interação estratégica	47
Quadro 6 – Classes de categorias para as candidaturas pelo índice de <i>Nihans</i>	57
Quadro 7 – Estatísticas gerais das redes no <i>Gephi 0.9.2</i>	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tempo no HGPE e número de programas inéditos por candidatura	37
Tabela 2 – Códigos e variáveis para o HGPE	45
Tabela 3 – Número total de UA	48
Tabela 4 – Frequência temática nos 7 domínios do MARPOR no manifesto	50
Tabela 5 – Frequência limite para as classes conforme índice de <i>Nihans</i>	53
Tabela 6 – Frequência temática nos 7 domínios do MARPOR no HGPE	55
Tabela 7 – Frequência limite para as classes conforme índice de <i>Nihans</i>	56
Tabela 8 – Número efetivo de interação entre manifestos	65
Tabela 9 – Relação de interação no manifesto	65
Tabela 10 – Relação de interação no HGPE	68
Tabela 11 – Número absoluto e tempo de interação entre candidaturas	69
Tabela 12 – Número absoluto e tipo de orador predominante e forma de direção	73
Tabela 13 – Número absoluto de interações por direção entre candidaturas	74
Tabela 14 – Frequência das temáticas por candidatura receptora da interação	78
Tabela 15 – Classificação das interações por temáticas, valência e intensidade	79
Tabela 16 – Classificação das interações em candidaturas receptoras	80

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	COMPETÊNCIAS E LIMITES ENTRE SALIÊNCIA E INTERAÇÃO ESTRATÉGICA NA DISPUTA ELEITORAL BRASILEIRA	17
2.1	A dinâmica da competição eleitoral	17
2.2	Competição eleitoral e redes de interação: função estratégica do HGPE	21
3	A POLARIZAÇÃO NA DISPUTA ELEITORAL BRASILEIRA E A ASCENSÃO DA NOVA DIREITA: PARADIGMAS CONCEITUAIS, HISTÓRICOS E TEÓRICOS	23
3.1	O crescimento da extrema-direita no mundo e seu impacto no Brasil	25
3.2	A direita como força política no Brasil	28
3.3	O contexto das eleições de 2018 e a quebra da polarização PT <i>versus</i> PSDB	32
4	DADOS E MÉTODOS	35
4.1	Manifestos de campanha	35
4.1.1	Vídeos produzidos no HGPE	36
4.2	Métodos	37
4.2.1	Métricas: manifestos de campanha - Análise Categorial	39
4.2.2	Métricas: vídeos produzidos para o HGPE - Análise Categorial	42
4.2.3	Métricas: vídeos produzidos para o HGPE - Análise de Avaliação	44
5	ÊNFASES TEMÁTICAS E INTERAÇÃO ESTRATÉGICA NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018	49
5.1	Ênfases temáticas no manifesto de campanha	49
5.2	Ênfases temáticas no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral	55
5.3	Confrontação direta ou saliência: a ênfase do discurso no manifesto e no HGPE	59
5.4	Redes de interação e função estratégica do HGPE	67
5.4.1	Caracterização da rede e frequência das interações	68
5.4.2	Formato das interações: oradores e direção	72
5.4.3	Conteúdo das interações: temáticas, valência e intensidade argumentativa	75
6	CONCLUSÕES	84
7	REFERÊNCIAS	88
8	ANEXOS	100

1 INTRODUÇÃO

Movimentos de direita possuem ordem crescente na atualidade e encontram apoio nos pilares e na lógica da democracia moderna, sustentando ideais do liberalismo, conservadorismo, autoritarismo e populismo. Já as variações extremistas do conservadorismo tendem a se afastar das regras democráticas, constituindo grupos que demonstram desconforto extremo com a modernidade e buscam mobilizar o aparato estatal como forma de reação.

Esse cenário recente é acompanhado pela crescente insatisfação com a política e tem repercutido tanto em democracias recentes quanto em democracias historicamente consolidadas. Com efeito, o crescimento da nova direita nos últimos anos teve como marco a vitória de Donald Trump nas eleições presidenciais nos EUA em 2016 – sustentada por um discurso belicista, sexista e xenófobo; e a decisão da Inglaterra, também em 2016, de deixar a União Europeia no processo do *Brexit* – movida pela retórica anti-imigração e contra a interação comunitária. No contexto europeu, destaca-se ainda os resultados das eleições de 2017 na França, em que uma candidata de extrema-direita, Mariene Le Pen, alcançou valores expressivos de 34,5% dos votos; os resultados as eleições na Alemanha, em 2017, quando pela primeira vez desde 1945 um partido de extrema-direita configurou-se como força política – terceiro maior no parlamento; e manutenção no poder de Orbán na Hungria e Duda na Polônia. No caso brasileiro, destacamos a eleição de Jair Bolsonaro, candidato de direita radical, em 2018.

Para capturar esses fenômenos, os estudiosos da área recorrem a termos como antipolítica, *outsiders*¹ e populismo. O resultado é um alto nível de nebulosidade conceitual quando se trata de questões de descontentamento público e suas manifestações políticas. Em relação atual cenário europeu, Löwy (2015) destaca que a principal razão para o crescimento da direita radical seria o nacionalismo chauvinista, com forte oposição à integração europeia – que se expressa em xenofobia, racismo, ódio a imigrantes e ciganos, *islamofobia* e anticomunismo. Esta nova face da direita, diante da insegurança associada aos imigrantes, apoia o aumento de práticas de repressão policial (penas de prisão e de morte) e, como complemento a este nacionalismo reacionário, demonstra apoio às pessoas simples e à classe trabalhadora (branca) nacional.

¹ Para Sartori (1982) a distinção entre *insiders* e *outsiders* estaria relacionada a localização dos atores políticos no sistema partidário. Isto é, partidos anteriormente não competitivos podem ganhar força política e influenciar campanhas de partidos tradicionais ou permanecer sem poder de influência (*outsiders*). Já partidos competitivos excluídos das coalizões de governo seriam *insiders*. Já para Kenney (1998), o conceito de *outsider* associa-se à experiência do político (ou partido) com o sistema partidário.

Ao comparar o crescimento dessa nova direita entre Brasil e Europa, Löwy (2015) ressalta que esses fenômenos estariam associados a falhas de representação por parte dos partidos políticos e, com o aumento do descontentamento público, acarretariam em uma transição e a abertura de espaços para que forças políticas conservadoras articulem uma nova narrativa nativista. No Brasil, *outsiders* e atores políticos vinculados à direita ganharam representatividade social e visibilidade durante e, principalmente após, as manifestações de 2015, em que “os protestos foram resultado da laboriosa construção de um processo de identificação que teve no antipetismo seu elemento catalizador” (TATAGIBA, 2018, p. 131). Com efeito, verificou-se uma retomada de atores com um perfil conservador, autoritário e posição social privilegiada (MESSENBURG, 2017), ligados aos ideais da anticorrupção; à oposição frontal ao Partido dos Trabalhadores (PT), com suas políticas sociais e de afirmação de direitos e à exigência do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff.

Partidos e atores políticos foram paulatinamente ganhando espaço com seus discursos conservadores, sendo que a vitória de um candidato *antiestablishment* como Jair Bolsonaro, pode ser parcialmente atribuída ao impacto da operação judicial Lava Jato no sistema partidário (CIOCCARI, 2015; BORGES; VIDIGAL, 2018; RIBEIRO; BORGES, 2020). Desse modo, a crescente mobilização de ações contra corrupção junto ao cenário de recessão econômica, configurado entre 2014 e 2016, permitiram a disseminação de um discurso antissistema com a consolidação de diversos atores conservadores, como: o Movimento Brasil Livre (MBL), representado por Kim Kataguirí, Fernando Holiday, Rogério Chequer, Marcello Reis e Beatriz Kicis; *outsiders* representados por Olavo de Carvalho, Reinaldo Azevedo, Raquel Sheherazade, Felipe Moura Brasil e Rodrigo Constantino e; deputados federais, como Jair Bolsonaro (PSL) e Marco Feliciano (PSC).

Entretanto, os fatores que explicam o crescimento da direita no contexto europeu, embora verificados em menor escala, não explicariam sozinhos o crescimento da direita no Brasil. O caso brasileiro possui características próprias e o avanço dessa nova direita tem sido objeto de importantes contribuições, seja a situando com as tendências contemporâneas da extrema-direita (SILVA *et al.*, 2014); comparado as características do conservadorismo e da direita radical entre Brasil e Europa (LÖWY, 2015); avaliando seu comportamento diante do avanço da direita em escala global (ABREU; ALLEGRETTI, 2016); investigando sobre a influência dos formadores de opinião de movimentos conservadores (MESSENBURG, 2017); identificado os diferentes perfis que pode assumir (CODATO, 2018); e interpretando como as matrizes conceituais da recente direita possuem uma tradição histórica no pensamento político brasileiro (CEPÊDA, 2018). Destacamos também o artigo de Solano e Rocha (2019) sobre a o

crescimento da direita nas redes sociais e nas ruas; os recentes artigos de Santos e Tanscheit (2019) e Castelli e Pirro (2019); e, não menos importante, o livro “Direita, volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro” de Cruz *et al.* (2015), que apresenta uma coletânea de capítulos que abordam sob as mais variadas perspectivas o retorno da direita no Brasil.

Isso posto, compreender a dinâmica da interação estratégica da competição partidária brasileira nas eleições presidenciais de 2018 permite, além de situar o Brasil nesse contexto internacional do avanço do conservadorismo, identificar os atores que conformaram a polarização da disputa e, em consequência, compreender de que maneira a saliência programática e a interação entre os atores políticos acarretou no estrangulamento do espaço de negociação entre forças centristas.

No plano teórico, situamos esse objeto de pesquisa na literatura da competição partidária, com abordagens da política comparada, da teoria da saliência e da escolha racional. Anthony Downs (1999) uma das principais referências da escolha racional ressalta que o aspecto mais significativo dos partidos políticos é que eles formulam políticas com o intuito de ganhar eleições, sendo as ideologias vistas como um meio para se chegar ao poder. Contudo, o novo institucionalismo de Aldrich (2011) difere da teoria de seu predecessor ao considerar as ideologias como um elemento importante, pois ao agir expressando valores e preferências, os políticos formulariam e moldariam a agenda de seus partidos.

Já a perspectiva da *saliency theory* contribui para a compreensão da competição partidária pela ótica das temáticas (*issues*), e tem Robertson (1976) como seu precursor, que defende que a competição partidária seria focada em ênfases seletivas ao invés da confrontação direta. Posteriormente, este argumento seria desenvolvido por Budge e Farlie (1983), sustentando a perspectiva de que durante a campanha eleitoral, os partidos mais do que se contrapor às declarações dos seus adversários sobre as políticas defendidas, concentrariam atenção em temas nos quais considerariam ter vantagens sobre seus competidores.

Ademais, de acordo com a teoria do *issue ownership*, com destaque para a obra e trabalhos de Petrocik (1996; 2003) como uma de suas principais referências, os partidos políticos teriam vantagens por salientar determinadas questões, pois os eleitores acreditam que seriam os mais adequados ao assumirem o governo no enfrentamento desses respectivos temas. Neste caminho, a perspectiva do institucionalismo da escolha racional de Aldrich (2011) reconhece o papel dos militantes partidários em constranger seus candidatos, que por sua vez, perseguiriam valores e objetivos políticos. Para o autor, os militantes na teoria espacial, são motivados por políticas e suas ações e comportamento de voto são movidos por suas preferências sobre o plano de governo. Isso posto, os políticos eleitos devem revelar posições

políticas no governo que reflitam questões priorizadas ao longo das linhas ideológicas de seu partido, seja na busca pela reeleição ou na compensação em relação ao eleitorado centrista (ALDRICH, 2011; EGAN, 2013; PETROCIK, 1996; PETROCIK; BENOIT; HANSEN, 2003).

Portanto, compreender como a saliência programática é mobilizada na competição seria fundamental para elucidar em que medida o aparecimento de *outsiders* e novos atores *antiestablishment* de direita refletem na configuração de uma agenda partidária para além de temáticas do eixo neoliberal. Em muitos países europeus, por exemplo, a imigração é geralmente considerada uma questão pertencente a partidos de direita (radical), a seguridade social é considerada uma questão socialista/socialdemocrata e a proteção ambiental uma questão pertencente aos partidos verdes (LEFEVERE; TRESCH; WALGRAVE, 2015). De modo geral, candidatos de centro-direita tenderiam a priorizar a temática da abertura comercial, enquanto que candidatos mais próximos à extrema-direita tenderiam a priorizar temáticas relacionadas à moralidade tradicional e à lei e a ordem pública.

Sendo assim, enquanto a perspectiva da política comparada explica a dinâmica da competição através do critério numérico, a abordagem da escolha racional recorre ao conceito de interação estratégica para explicá-la. A ideia de interação estratégica se baseia na premissa de que a política e tudo o que diz respeito aos partidos políticos pode ser explicado como um comportamento estratégico. De acordo com Aldrich (2011), sistemas de competição partidária configurados pela interação estratégica dependem da ação de todos os partidos com poder de influência na competição. Em um sistema multipartidário, isso significa que a competição eleitoral poderia ser reduzida ao quadro de partidos mais relevantes.

Partindo desses conceitos, a dinâmica da competição durante as eleições presidenciais brasileiras estabelecidas entre 1994 e 2014 fora configurada por redes de interação estratégica polarizadas entre PSDB e PT. Nesse período, ambos os partidos estiveram à frente das principais coligações eleitorais e receberam os maiores percentuais de voto e alternaram suas posições na disputa enquanto situação e oposição. As interações (menções) entre PT e PSDB eram focais, majoritariamente negativas e direcionadas ao seu adversário direto na disputa. Buscando romper a polarização enquanto afirmavam-se como terceira via, partidos como PPS (1998 e 2002), PSB (2002 e 2014) e PV (2010) a reforçavam quando escolhiam interagir prioritariamente com os dois polos.

Porém, em 2018, essa polarização foi quebrada e uma nova dinâmica de interação estratégica permeou a disputa nas eleições presidenciais que resultou na vitória da candidatura de Jair Bolsonaro pelo PSL. Assim, questionamos: *Em situações em que interagem*

estrategicamente e em situações que não o fazem, os partidos políticos tendem a priorizar e salientar as mesmas temáticas a fim de maximizar os resultados nas eleições?

Ademais, pressupomos que o esfacelamento da aliança eleitoral tradicional com MDB/PMDB – elemento estratégico de composição eleitoral para os governos de PT e PSDB – e a fragmentação das candidaturas de partidos de direita e centro-direita em 2018 provocaram uma alteração na dinâmica de interação estratégica que teria deixado de ser polarizada entre PT e PSDB. Assim, a vitória eleitoral de Jair Bolsonaro (então no PSL) configura-se como um indicativo e variável de contexto a ser explicada sobre a queda da polarização que vigorava entre PT e PSDB.

Tendo em vista a necessidade de elucidar esses conceitos e a partir da discussão sobre a ascensão da direita, definimos como objetivo principal deste trabalho identificar e compreender os padrões de interação estratégica nas eleições presidenciais de 2018, indicando quais foram as temáticas priorizadas pelos partidos, seja pela ênfase em assuntos que consideram vantajosos em relação ao eleitorado ou, quando em rede de interação com os outros partidos, àqueles que consideram prejudiciais ao seu adversário. Assim, a partir das técnicas e procedimentos metodológicos específicos, investigamos se os padrões de interação estabelecidos na competição eleitoral de 2018 reforçaram a polarização entre os partidos tradicionais ou foram configurados por novos elementos com impacto no resultado eleitoral.

A análise desenvolvida em nosso estudo investiga as candidaturas registradas para a eleição presidencial no Brasil em 2018. As candidaturas constituem os emissores e os receptores em interação, sendo expressas em 13 coligações constituídas por partidos políticos competidores e seus respectivos candidatos à presidência. Em termos metodológicos, uma interação estratégica ocorre quando a candidatura (emissor) realiza uma menção à candidatura adversária (receptor) dentro da arena eleitoral. Assim, analisamos as menções realizadas por candidaturas nos manifestos de campanha e no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Para tal, mobilizamos técnicas de Análise de Conteúdo semântica/categorial e de Avaliação.

No manifesto de campanha² e no HGPE, as menções que caracterizam interações podem variar em função de seu formato e de seu conteúdo. Para identificarmos o padrão da rede de interações estratégicas configuradas entre as candidaturas, tanto em seu manifesto quanto nos

² Em consonância com especialistas sobre agenda e congruência política, empregamos tanto o termo manifesto de campanha quanto programa da candidatura para indicar documentos em que os partidos publicam suas propostas, plataformas e políticas da candidatura (TAROUÇO *et al.*, 2015). Tais documentos são emitidos a cada eleição e se diferem dos estatutos partidários, que contém regras de funcionamento, organização e aspectos legais do partido.

programas veiculados no HGPE durante o primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018, verificaremos a frequência (número de emissões e tempo de exposição em tela) de cada uma das interações de acordo com seu formato (tipo de orador e direção) e conteúdo (temática, valência, intensidade do argumento).

No que se refere ao formato a interação pode ser proferida por diferentes tipos de oradores como o próprio candidato à presidente, seu candidato à vice, garoto(a) propaganda, narrador em *off*, imagem, entre outras possibilidades. A forma pode ainda ser direta ou indireta. Uma interação é direta quando o orador de uma candidatura faz uma menção verbal à candidatura adversária ou aliada. Por outro lado, uma interação é indireta quando ocorre uma menção não verbalizada à candidatura adversária ou aliada. Nesse caso, a menção é caracterizada por imagem (fotografia, logo, bandeira, cores) projetada que faça referência à candidatura. Em relação ao conteúdo, esse é caracterizado pela associação de uma candidatura à uma temática (como economia, corrupção, polarização), que assume valências positivas, negativas ou neutras e cujo argumento pode ser caracterizado como forte, médio ou fraco.

Para tanto, considerando as 13 candidaturas que competiram nas eleições presidenciais de 2018, analisamos as temáticas abordadas nos manifestos de campanha e no HGPE, dos seguintes candidatos: Fernando Haddad (PT), Ciro Gomes (PDT), Guilherme Boulos (PSOL), Vera Lúcia (PSTU), João Goulart Filho (PPL), Marina Silva (REDE), Geraldo Alckmin (PSDB), João Amoedo (NOVO), Alvaro Dias (PODEMOS), Henrique Meirelles (MDB), José Maria Eymael (DC), Cabo Daciolo (PATRIOTA) e Jair Bolsonaro (PSL). Especificamente, conduzimos os seguintes objetivos:

- 1) Identificar as temáticas mais frequentes nas posições das candidaturas elencadas, conduzida através da padronização pelo total aferido, permitindo uma comparação entre candidaturas;
- 2) Identificar as redes de interação entre candidaturas, atores políticos e partidos, verificando as ênfases temáticas, a força e a intensidade destas redes;
- 3) Mensurar a posição ideológica de cada um dos treze partidos que disputaram a eleição presidencial de 2018 na escala esquerda-direita do MARPOR.

Defendemos a hipótese de que *a fim de maximizar os resultados nas eleições, a ênfase temática varia significativamente entre os manifestos das candidaturas e conforme o adversário mencionado na interação estratégica no HGPE*. Esta hipótese se sustenta nos argumentos de Budge e Farlie (1983) e Petrocik (1996; 2003) de que os partidos buscam

concentrar a atenção dos eleitores em temáticas mais vantajosas para si (*issue ownership*) e, concomitantemente, os políticos são constrangidos pelos militantes partidários (ALDRICH, 2011) a perseguirem valores e objetivos políticos (*saliency theory*).

Sem negar a importância crescente das mídias e aplicativos digitais, acreditamos que a televisão permanece como uma esfera central do campo da comunicação política no Brasil, continuando a demandar a atenção dos pesquisadores da área. Assim também, a análise dos manifestos de campanha possui uma agenda de pesquisa consolidada que permite vincular partidos à programas e ideologias. Apesar do protagonismo alcançado pelas mídias sociais na última eleição, entendemos que o formato televisivo e o manifesto, dois grupos de materiais escolhidos para a construção desta pesquisa, ainda representam importante fonte de estudos sobre estratégias eleitorais e atuam como fator de reforço na polarização da competição.

Em contribuição aos estudos sobre a competição partidária brasileira, o desenvolvimento de nossa análise produziu resultados que foram submetidos e publicados em periódicos da área. As parcerias realizadas possibilitaram realizar testes de confiabilidade sobre os métodos de classificação e novas abordagens que aprimoraram a discussão. Com efeito, considerando nosso recorte temporal e de material, construímos uma discussão sobre as características definidoras da direita brasileira sob quatro dimensões ideológicas (GREGORIO; CONTRERA, 2020); um estudo específico sobre a responsividade do partido NOVO, testando a congruência entre saliência temática, agenda programática e subsequente proposição de políticas apresentadas ao longo do mandato de 2019 por seus Deputados Federais eleitos em 2018 (GREGORIO, 2020); e uma análise de interação entre candidaturas através de seu formato e conteúdo (CONTRERA; GREGORIO; LIMA, 2020).

A análise empreendida nessa dissertação está organizada em seis seções. Após esta introdução discutimos os conceitos que norteiam o objeto em questão, estabelecendo as competências e limites entre saliência, função estratégica do manifesto e do HGPE e formação de redes de interação. A terceira seção discute a ascensão da nova direita diante de paradigmas teóricos, históricos e conceituais, considerando o efeito de discursos antissistema e *antiestablishment* sobre a polarização da disputa eleitoral brasileira. Na quarta seção apresentamos os dados e a metodologia empregada. Na quinta seção discutimos as prioridades temáticas e as variações na interação estratégica entre as candidaturas na eleição presidencial de 2018, com reflexões sobre seu comportamento e os padrões de interação mobilizados. Na sexta seção apresentamos as conclusões e apontamos indicativos para pesquisas futuras.

2 COMPETÊNCIAS E LIMITES ENTRE SALIÊNCIA E INTERAÇÃO ESTRATÉGICA NA DISPUTA ELEITORAL BRASILEIRA

Enquanto a abordagem da política comparada explica a dinâmica da competição através do critério numérico, a abordagem da escolha racional recorre ao conceito de interação estratégica para explicá-la. De acordo com Aldrich (2011), em sistemas partidários configurados pela interação estratégica³, a competição é constituída por todos os partidos cujas ações ajudam a determinar o resultado eleitoral.

Partindo desse conceito, entendemos que a dinâmica da competição brasileira durante as eleições presidenciais entre 1994 e 2014 foi marcada pela interação estratégica entre PT e PSDB. Ambos os partidos estiveram à frente das principais coligações eleitorais e ocuparam o centro da política, alternando suas posições na disputa enquanto situação e oposição. Como evidencia Peter Mair (1996), a estrutura de competição pelo Executivo é o centro do sistema partidário e, desse modo, os partidos políticos tendem a se separar por blocos ideológicos e programáticos. Entretanto, essa dinâmica teria se modificado na eleição presidencial de 2018, tendo em vista a ida do PSL ao segundo turno e sua posterior vitória.

2.1 A dinâmica da competição eleitoral

As abordagens da política comparada, da teoria da saliência e da escolha racional explicam de diferentes maneiras a dinâmica da competição em sistemas partidários. Os teóricos da política comparada definem um sistema partidário tipicamente pelo número de partidos políticos existentes ou pelo número de partidos duráveis. De acordo com Sartori (1982), classificações de sistemas partidários que adotam o critério numérico tem como base o formato desse sistema, cujo mecanismo de análise se insere no escopo da estrutura e do comportamento dos partidos, contribuindo para uma série de propriedades funcionais da competição.

A perspectiva da *saliency theory* contribui para a compreensão da competição partidária pela ótica das temáticas (*issues*). Robertson (1976) foi o precursor da *saliency theory*, cujo argumento central é o de que a competição partidária seria focada em ênfases seletivas ao invés da confrontação direta. Posteriormente, este argumento seria desenvolvido por Budge e Farlie (1983) e Petrocik (1996), quem sustentam a perspectiva de que durante a campanha eleitoral, os partidos mais do que se contrapor às declarações dos seus adversários sobre as políticas

³ Essas interações consistem de atividades e situações “em que os participantes, sejam indivíduos ou organizações, reconhecem a interdependência mútua de suas decisões” (FIANI, 2006, p. 2).

defendidas, concentrariam atenção em temas (*issues ownerships*) nos quais considerariam ter vantagens sobre seus competidores.

A ideia básica seria de que os eleitores associam determinadas temáticas à partidos políticos específicos. Dessa forma, o eleitorado teria diante de si não uma escolha entre respostas diferentes à problemas comuns, mas a escolha entre diferentes questões que serão priorizadas no futuro governo. A mesma noção acerca da importância da ênfase em determinados assuntos guia o modelo de evolução de questões (*issues*) desenvolvido por Carmines e Stimson (1986), que evoluiu para um modelo de alinhamentos partidários e concorrência de questões (CAMINES, 1991).

Com efeito, como ressalta Rodriguez e Montero (2002), verifica-se uma reprodução e variedade de estudos científicos, tanto teóricos quanto empíricos, que permite avaliar e compreender a diversidade e funcionalidade de partidos e sistemas partidários sob o viés de suas dimensões ideológica e programática. Isso posto, destacamos ainda, um notável consenso normativo por parte da literatura sobre a relação entre partidos fortes, coerentes e coesos e o êxito das consolidações democráticas na América Latina (DIAMOND *et al.*, 1999). Embora a complexidade e diversidade de variáveis institucionais restrinjam cada vez mais a ação dos partidos políticos, tais estudos sobre a formação e definição de agenda enfatizam o papel dos partidos políticos como centralizadores de assuntos e temáticas de maior relevância e, conseqüentemente, mais vantajosas ao partido (ALDRICH, 2011).

A discussão sobre a importância dos partidos para o sistema político remete a definição apresentada por Sartori (1982) de que a função geral dos partidos seria seu papel de intermediação e comunicação entre a sociedade e o Estado. De acordo com Robertson (1976) e Budge e Farlie (1983), a teoria da saliência postula que os partidos políticos não fornecem respostas diferentes para uma determinada agenda de problemas políticos, mas tornam mais salientes as questões que são vantajosas para si próprios. Nesse sentido, Budge *et al.* (2001) apontam que a maioria dos programas dispõe de propostas ou agenda extremamente similares.

Em relação à identificação partidária, Samuels e Zucco (2014) demonstraram que o partidarismo gerado pela estabilidade da competição pelo Executivo no Brasil, nos últimos anos, sugere que a exposição à informação sobre as posições dos partidos afetava diretamente as atitudes de petistas e tucanos, a dinâmica de interação entre esses partidos, e reforçava as pré-disposições eleitorais de cada um. Assim, durante as eleições, os partidos enfatizariam questões, adotando posições que estabelecem uma relação de apelo aos eleitores (PETROCIK, 1996; EGAN, 2013;), a fim de potencializar a identificação entre as temáticas programáticas do partido às defesas de interesses individuais dos eleitores no processo de decisão eleitoral.

Desse modo, os programas de governo podem ser entendidos como mecanismos pelos quais se vincula eleitores aos representantes eleitos, ou seja, caso os partidos nos governos não representem as prioridades prometidas, o conflito eleitoral entre os partidos não estruturaria o conflito político no governo sobre as agendas políticas (FAGAN, 2018). Por sua vez, na teoria da escolha racional, que tem em Anthony Downs (1999) uma de suas principais referências, os atores políticos nas democracias comportam-se racionalmente a fim de atingir seus objetivos. Contudo, o novo institucionalismo de Aldrich (2011), também na perspectiva da escolha racional, difere de Downs ao considerar as ideologias como elemento importante, sendo a obtenção de cargos apenas um dos objetivos dos políticos profissionais.

Por fim, ao agir expressando valores e preferências, os políticos formulariam e moldariam a agenda de seus partidos cujos militantes partidários desempenhariam o papel de constranger (ALDRICH, 2011) os líderes do partido e seus candidatos. Assim, o seu comportamento de voto é determinado por suas percepções de quais candidatos parecem mais dispostos a fazer o que esses cidadãos acreditam ser o melhor (WALGRAVE; DESWERT, 2004). De fato, os políticos que buscam eleger-se encaram duas pressões concorrentes: uma que advém da busca de votos entre os eleitores mais moderados, e que emana dos militantes dos partidos e constrange os candidatos a defenderem posições ideológicas.

Associada a essa nova conjuntura, a maioria das pesquisas sobre *issue ownership* avalia o impacto de determinadas temáticas no comportamento do partido e do eleitor. Isto é, quando um eleitor associa determinado partido a uma questão que considera importante, maior a probabilidade de que ele escolha esse partido (LEFEVERE; TRESCH; WALGRAVE, 2015). O aumento da volatilidade do eleitor, a diminuição da filiação partidária e a aparente diminuição da distância ideológica entre os partidos foram objeto de diversos estudos sobre o comportamento eleitoral e partidário (MAIR; MÜLLER; PLASSER, 2004). Como resultado, o conceito de *issue ownership* ganhou destaque no estudo do comportamento eleitoral (VANDERBRUG, 2004; BÉLANGER; MEGUID, 2008; GREEN; HOBOLT, 2008) e competição partidária (DAMORE, 2004; WALGRAVE; DESWERT, 2004; SIDES, 2006).

Uma outra vertente teórica da escolha racional que parte dos fundamentos da Teoria dos Jogos⁴, define a competição nos sistemas partidários a partir de suas interações estratégicas. A ideia de interação estratégica está fundada na premissa de que a política e tudo aquilo que diz respeito aos partidos pode ser explicado como um comportamento estratégico. Para Aldrich

⁴ De autoria de Neumann e Morgenstern (2004) a Teoria dos Jogos, terceiro modelo da Teoria da Decisão, pretendeu formalizar a investigação dos casos de decisão relativos ao poder e à competência, às situações de conflito, de competição, oposição e de cooperação.

(2011), a chave para compreender como as ações estratégicas diferem das não estratégicas é que o resultado das ações estratégicas depende das escolhas de todos os atores do sistema. Com efeito, a Teoria dos Jogos, para Tsebelis (1998), consiste precisamente no estudo de como os atores inseridos em uma determinada relação de interação estratégica atuam de modo racional e individual, mobilizando recursos e atenção para atrair o melhor resultado possível.

Sob tal prisma, sempre que um conjunto de indivíduos - partidos políticos e/ou grupos de pressão - estiver envolvido em uma situação de interdependência recíproca, na qual as decisões tomadas influenciam-se reciprocamente, pode-se dizer que eles constituem uma rede de interação (FIANI, 2006). Para o autor, os estudos de interação entre indivíduos sob essa perspectiva permite compreender tanto o processo de decisão de agentes que interagem entre os pares – atores políticos inseridos e que configuram a competição, a partir da compreensão da lógica da situação em que estão envolvidos, quanto explorar as possibilidades e estratégias de suas interações. Como efeito, a interação estratégica entre indivíduos e organizações pode ser analisada e sistematizada.

Contudo, as interações estratégicas entre os partidos não estão descoladas das regras em que se fundamentam as campanhas eleitorais. Ao contrário, são constrangidas por essas regras que auxiliam a moldar o comportamento partidário e suas possíveis interações. Na perspectiva do novo institucionalismo da escolha racional, a ação individual é entendida como uma adaptação ótima a um ambiente institucional, em que a interação entre os atores consiste de uma resposta otimizada na relação recíproca entre eles. Dessa forma, as instituições predominantes determinam o comportamento dos atores, os quais, por sua vez, produzem resultados políticos ou sociais (TSEBELIS, 1998).

Dito de outra forma, as instituições podem ser compreendidas como o conjunto de regras e/ou das estruturas de um jogo (NEUMANN; MORGENSTERN, 2004). Assim, a suposição de que os jogadores dispõem de um entendimento comum das regras do jogo é um axioma presente neste quadro teórico (DIXIT; SKEATH, 2004). No caso das campanhas eleitorais essas regras são fixadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). No que concerne ao objeto de estudo desta investigação, podemos assumir que a interação estratégica entre as candidaturas partidárias é constrangida pelo tempo de suas exposições no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e pela própria interação que ocorre entre as candidaturas ao longo do processo eleitoral, sejam expressas nos manifestos de campanha ou no conteúdo do HGPE.

2.2 Competição eleitoral e redes de interação: função estratégica do HGPE

Com o propósito de disponibilizar espaços proporcionalmente igualitários⁵ aos candidatos, o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral⁶ tem sido, historicamente, o principal espaço de comunicação e interação dos partidos na competição eleitoral brasileira, seja na interação entre as candidaturas ou pela atenção do eleitorado. Deste modo, o HGPE é utilizado pelos partidos políticos tanto como uma ferramenta estratégica, ao lançarem seus candidatos, quanto como um meio para consolidarem suas estratégias eleitorais a partir da ênfase adotada e conteúdo. Assim, os partidos em disputa produzem e reproduzem seus conteúdos de campanha sem a intervenção de nenhum ator ou instituição externos, desenvolvendo seus argumentos e estratégias (BORBA; ALDÉ, 2016; CERVI, 2010).

Nesse sentido, o tempo de exposição na televisão tem sido considerado por diversos estudiosos como uma variável relevante para as campanhas, atuando como parâmetro de referência para a identificação das características e padrões da campanha e competição eleitoral (ALBUQUERQUE, 2005; CERVI, 2011; MANCINI; SWANSON, 1996). Para Mazzoleni (2010), a propaganda televisiva teria o papel de alocar e legitimar a figura e a mensagem do candidato, personalizando conceitos abstratos. Tratando-se de uma concessão pública, o HGPE possui um modelo fixo de propaganda eleitoral, em que os partidos estruturam suas alianças a partir do tempo total disponível de televisão e das regras de distribuição entre os membros na disputa.

Na competição eleitoral, o HGPE funciona como um dispositivo estratégico e de troca no jogo político nas disputas pré-eleitorais (CERVI, 2010). Assim, as subseqüentes reformas e revisões formais legais em seu formato possibilitam uma maior flexibilidade para os partidos políticos formarem as coalizões, ao mobilizar atenção e recursos a fim de obter um resultado positivo. Isso posto, existe um consenso por parte da literatura especializada que considera o HGPE como referência constante e permanente para identificação de padrões de campanha em abrangência nacional (MANCINI; SWANSON, 1996; ALBUQUERQUE, 2005; CERVI, 2011; BORBA; ALDÉ, 2016), auxiliando na compreensão da consolidação da dinâmica eleitoral brasileira.

⁵ As candidaturas já iniciam o processo eleitoral em desigualdade de condições quanto às fontes e à captação de recursos - 20% das despesas declaradas por candidatos provém do fundo partidário (CERVI, 2011). Para o autor, o HGPE é uma das poucas formas que as estruturas partidárias têm para corrigir parcialmente esse desequilíbrio.

⁶ O HGPE, instituído pela Lei nº 4.737/1965, vem sofrendo uma série de modificações desde sua criação. Em 2015, uma série de modificações presentes na Lei nº 13.165 serviram para encurtar a duração da campanha e concentrar os recursos nas mãos dos maiores partidos e coligações.

Para Borba e Aldé (2016), sob uma perspectiva normativa da democracia, a redução na oferta de alternativas de comunicação seria negativa, pois limita o acesso e a distribuição dos discursos políticos ao cidadão comum e concentra mais o poder de informação política nos grandes meios de mídia, reproduzindo interesses de uma elite institucionalizada. A funcionalidade dos partidos políticos, por meio de sua elite partidária, estaria na responsabilidade de captar e mobilizar os interesses sociais, disseminando-os aos canais de comunicação por meio de conteúdo programático pré-estabelecido através de seus candidatos.

Neste cenário, somado ao elevado personalismo dos candidatos, o desafio dos partidos políticos estaria em canalizar e incorporar as demandas atuais da sociedade ao construir a imagem de seu candidato ao longo da corrida eleitoral (VEIGA, 2001) e, ao mesmo tempo, produzir um programa nacional dentro de coligações pragmáticas com uma convergência programática mínima entre os partidos de base (NICOLAU, 2004). Sendo assim, em disputas acirradas na corrida eleitoral haveria uma maior pressão para que os candidatos se apresentem como ideologicamente moderados, reproduzindo seus temas de discussão na agenda pública e/ou na agenda de mídia, ou seja, os partidos tenderiam a priorizar e discutir questões similares a despeito de sua própria agenda (KAPLAN; PARK; RIDOUT, 2006).

Isso posto, o processo de mencionar e interagir com outros atores políticos de um jogo configura-se a partir de uma rede. Ao propor uma definição para rede, Musso (2004) considera a evolução histórica do conceito e suas diversas particularidades em relação ao de sistema. Por essa ênfase, a rede seria delimitada por uma estrutura composta de elementos (nós) conectados entre si por interações (ligações) entre os atores. Ademais,

Em sua dinâmica é uma estrutura de interconexão instável e transitória e, em relação com um sistema complexo, é uma estrutura escondida cuja dinâmica supõe-se explicar o funcionamento do sistema (MUSSO, 2004, p. 31).

A análise de redes sociais (ARS), originária da sociometria de Jacob Moreno, toma como unidade fundamental de análise as relações entre atores sociais, como forma de conceituar as estruturas de pequenos grupos produzidos através da amizade e padrões de interação informal (FERRETI *et al.*, 2018). Para Wellman (1997), a preocupação da análise de redes está na relação estabelecida entre o comportamento dos atores e como esta relação afeta o conjunto que organiza a rede em sua íntegra (*clusters*). O autor define uma rede como um conjunto de laços que vinculam membros do sistema social através e além de categorias sociais e grupos fechados.

A partir desses pressupostos teóricos, entendemos que a rede configurada pela interação estratégica consiste de todos e somente daqueles partidos cujas ações ajudam a determinar o

resultado da competição e que dependem da ação de todos os partidos, vinculados através de um conjunto de laços. No caso brasileiro isso significa que, embora a competição ocorra dentro de um sistema multipartidário, a abordagem da interação estratégica reduz a competição apenas aos partidos mais importantes. Entre 1994 e 2014 a competição esteve polarizada entre PSDB e PT. Já em 2018, com a vitória eleitoral de Jair Bolsonaro (PSL) este padrão foi alterado, tornando-se fundamental investigar esse comportamento.

Deste modo, a eleição presidencial de 2018 se configura como objeto primordial para a agenda de pesquisa especializada em partidos, eleições e mídia. Além da mudança na estrutura da competição, ela redirecionou o foco de análise para as novas mídias digitais relegando o papel do telejornalismo, da televisão e por consequência do HGPE a uma função secundária nas campanhas (PORTO *et al.*, 2020). Nos últimos dois anos, os trabalhos que tratam das campanhas presidenciais têm se concentrado em explicar a influência e os efeitos que as redes sociais e a propagação de *fake news* têm na estruturação da campanha e na decisão do voto, explorando desde casos de disparos de mensagens em massa e atuação de grupos políticos no *Whatsapp* até as interações entre candidatos e eleitores em redes sociais como *Facebook* e *Twitter* (MASSUCHIN *et al.*, 2018; ANITA *et al.*, 2019; CHAVES; BRAGA, 2019; MONT'ALVERNE; MIZOTO, 2019; PIAIA; ALVES, 2019).

Ao considerarmos as candidaturas como nossa unidade de análise, tanto as variáveis institucionais como ideologia do partido e sua coligação, quanto as pressões dos líderes e militantes partidários, bem como as características individuais e personalistas do próprio candidato, constituem um bloco de análise em que as redes de interação formadas entre emissores e receptores podem ser verificadas.

No HGPE, a interação estratégica entre as candidaturas assume a característica de um jogo sequencial, em que uma candidatura escolhe emitir uma avaliação sobre seu adversário ou aliado o qual escolhe interagir ou não com aquela candidatura. Trata-se, portanto, de um jogo com estratégias que permite envolver outros atores e arenas devido a cooperação encadeada de informações na rede. O resultado é que distintas redes de interação tendem a se formar na medida em que os partidos escolhem interagir estrategicamente com seus adversários salientando determinadas temáticas.

3 A POLARIZAÇÃO NA DISPUTA ELEITORAL BRASILEIRA E A ASCENSÃO DA NOVA DIREITA: PARADIGMAS CONCEITUAIS, HISTÓRICOS E TEÓRICOS

As eleições presidenciais de 2018 podem ser consideradas atípicas se tomarmos como padrão de análise a dinâmica pela disputa do Executivo traçada pela competição eleitoral no Brasil desde 1994. Entre 1994 a 2014, a dinâmica da competição eleitoral ficou polarizada entre PT e PSDB, pois além de estarem à frente das principais coligações nas disputas também ocuparam alternadamente a presidência da República. Os debates recentes na literatura sobre polarização sugerem que a disputa presidencial contribuiu para estruturar o sistema partidário brasileiro, tendo em vista que neste período os demais partidos tenderam a gravitar em torno dos projetos presidenciais apresentados por PT e PSDB (LIMONGI; CORTEZ, 2010; BRAGA; PIMENTEL JR., 2011; MELO; CÂMARA, 2012).

Em termos de clivagem ideológica, segundo Azevedo (2017), o jogo político brasileiro seguiu de 1994 até 2014 de forma contínua, opondo atores políticos ligados a teses liberais e teses nacional-desenvolvimentistas. Para o autor, a primeira eleição de Fernando Henrique Cardoso (PSDB), em 1994, era composta por uma agenda de reformas liberais⁷ cuja hegemonia só fora quebrada com o primeiro governo de Luís Inácio Lula da Silva (PT), após as eleições de 2002, ao implementar sua agenda nacional desenvolvimentista fortemente pautada em políticas redistributivas.

Embora haja certo consenso na literatura sobre os efeitos positivos que a dinâmica pela disputa presidencial causa na competição política, atuando como fator de estabilização da disputa eleitoral e do sistema partidário (LIMONGI; CORTEZ, 2010; MELO; CÂMARA, 2012; SAMUELS; ZUCCO, 2014), a ordem hegemônica conquistada por PT e PSDB afastou a importância e a discussão acerca de outros candidatos fora do eixo da polarização. Outros partidos como PSB, PPS e PV, entre 1994 e 2014, buscaram romper essa polarização através do fortalecimento da imagem e personalidade de suas lideranças, representadas por: Ciro Gomes, Anthony Garotinho e Marina Silva. Tais candidatos possuíam histórico emblemático na política brasileira por atuarem em altos cargos de representação como em governos estaduais e em ministério, fato favorável para a estruturação do personalismo e agenda destes candidatos pelas elites partidárias (MELO; CÂMARA, 2012).

O cenário de relativa estabilidade na disputa presidencial brasileira começou a se modificar, considerando principalmente o esfacelamento da aliança PT – MDB/PMDB que em eleições anteriores foi elemento estratégico de composição eleitoral, tendo apoiado o PSDB em

⁷ O trabalho de Bresser Pereira (1998) ressalta quatro mecanismos essenciais para as reformas liberais do Estado: delimitar seu tamanho (privatizar, publicitar e terceirizar); desregular a intervenção econômico-social; aumentar a governança fiscal (superar a crise e o modelo burocrático da administração pública); e aumentar a governabilidade (legitimidade para adequar as instituições responsáveis na intermediação de interesses).

1998, 2002 e 2006 e posteriormente o PT em 2010 e 2014. Esse rompimento determinou uma mudança de condutas nas elites partidárias, reforçando a configuração e tendência à um comportamento mais programático e ao fenômeno de afastamento do centro.

Esse fenômeno, em consonância com o crescimento de movimentos e atores conservadores no mundo, repercute nas eleições brasileira de 2018 em um cenário em que a temática da corrupção e ideologias como direita, esquerda e conservadorismo, assumem destaque no processo eleitoral e passam a ser mobilizados e instrumentalizados politicamente. Todavia, para compreender os padrões de interação estratégica formados na disputa presidencial de 2018, se faz necessário analisar os contextos políticos no mundo e no Brasil.

3.1 O crescimento da extrema-direita no mundo e seu impacto no Brasil

No que diz respeito ao espaço de competição partidária, Norberto Bobbio (1995) propõe uma série de princípios presentes e claramente distintivos das ideologias de esquerda e de direita. Embora destaque que a direita e a esquerda não se apresentam efetivamente como blocos homogêneos e coerentes na política, para o autor, a esquerda se orienta essencialmente para a promoção da igualdade entre os homens e na mudança da ordem social, enquanto a direita concebe a desigualdade como algo natural à humanidade e mantém afeição às tradições e à manutenção do ordenamento societário.

Na perspectiva da arena política, a competição nos países europeus fora estruturada no embate entre dois campos, à direita e à esquerda, ocorrendo em um âmbito de consenso, centrista, que calçava o chamado Estado de Bem-estar Social. Assim, considerando as especificidades sensíveis de cada país, assistimos na América Latina à consagração da democracia representativa como regime político, no alicerce dos direitos humanos (CRUZ; KAYSEL; CODAS, 2015).

Contudo, a crescente ordem de movimentos conservadores extremistas de direita tende a se afastar das regras democráticas, constituindo grupos que buscam mobilizar o aparato estatal como forma de reação. Esse cenário recente é acompanhado pelo aumento da insatisfação com a política e repercutiram no sucesso eleitoral de partidos de direita na Europa, nos EUA, na América Latina e, no caso brasileiro, na eleição de Jair Bolsonaro em 2018.

Ao capturar este fenômeno, os estudiosos da área recorrem a termos como *antiestablishment*⁸, *outsider* e, até mesmo, ao conceito de populismo para explicar como o descontentamento público impulsionou a ascensão dessa nova direita (LÖWY, 2015). O resultado é um alto nível de nebulosidade conceitual quando se trata de questões de descontentamento público e suas manifestações políticas.

Para Barbosa (2017), embora os apelos *antiestablishment* apareçam como novidade em países da Europa Ocidental, no lado Oriental avançam consideravelmente desde o início do Século XXI. Segundo o autor, esses novos partidos políticos de direita incorporam esse discurso e ocupam a cada eleição parlamentar um número maior de espaços que antes pertenciam aos partidos políticos tradicionais, devido a falência na capacidade destes partidos em responder as demandas do seu eleitorado.

Sartori (1982) define a relevância dos atores políticos de acordo com a capacidade destes em afetar as táticas de competição partidária. Em contribuição a esta definição, para Kenney (1998), um *outsider* seria alguém que ganha proeminência política como um político independente ou em associação com partidos novos (recém-competitivos), mas não estabelece vínculo com um partido competitivo estabelecido. Assim, esse novo movimento de massas seria caracterizado pela liderança de um *outsider* político que busca obter ou manter o poder usando apelos *antiestablishment* e vínculos plebiscitários, sendo o responsável por associar esse discurso antissistema às manifestações políticas de descontentamento (BARR, 2009).

Essa perspectiva além de destacar as diferenças fundamentais entre as manifestações políticas de descontentamento público, evidencia vários atributos do populismo, que incluem: o eleitorado social, o personalismo, o carisma e a organização. Para Barr (2009), a retomada desses atributos permite construir um ponto de contraste entre as características dos recentes *outsiders* políticos de direita e sua ligação ao populismo. Segundo o autor, não devemos reduzir a compreensão de populismo ao uso de uma retórica ardente e antielitista, ou ao surgimento de *outsiders* demagógicos, nem o restringir apenas às conexões altamente verticais entre líder e seguidores. Em vez disso, a combinação específica desses fatores definiria o populismo.

Apesar da diversidade terminológica e de elementos caracterizadores, todas essas abordagens remetem a discussão sobre o declínio de partidos políticos e da elite no poder em responder às demandas dos eleitores. Nesse entendimento, o populismo alude ao comportamento político não profissional que visa maximizar a atenção da mídia e o apoio

⁸ Os novos partidos de direita, alinhados ao centro e à centro-direita, desfrutam de grande prestígio popular e vêm se caracterizando por mesclar elementos estratégicos de mobilização populista e apelos antissistema em seus estatutos, discursos e programas políticos (BARBOSA, 2017).

popular (MUDDE; KALTWASSER, 2017), enquanto partidos e instituições seguem uma tendência de reconfiguração a fim de retomar seu poder de influência na disputa eleitoral (MESSENBURG, 2017).

Essa discussão sobre populismo se faz necessária para compreender que apesar do crescimento de *outsiders* e atores políticos de direita ao redor do mundo, caracterizados por uma figura forte e carismática, que concentra poder (BARR, 2009) e mantém uma conexão direta com as massas (MUDDE; KALTWASSER, 2017), não podemos classificá-los em definição preliminar como populistas, pois seus elementos específicos e regionais os distanciam de uma definição neste conceito. Enquanto populistas latino-americanos da década de 1940 criticaram uma elite econômica, o foco dos populistas recentes estaria classe política (BARR, 2009; MUDDE; KALTWASSER, 2017).

Outro fator de destaque para a compreensão deste avanço refere-se ao fato de que, fundamentalmente, esses partidos são *antiestablishment*, pois minam a legitimidade do sistema democrático (IGNAZI, 2003) por meio de seus discursos e ações e estabelecem uma forte oposição à ideia do pluralismo, da representação parlamentar e de conflitos partidários, defendendo mecanismos diretos e personalistas de representação.

Nesse contexto, a ascensão de novas formas de consumo e produção de informação expressas pelas redes sociais⁹ permitiram a difusão rápida e volumosa de ideias no público alvo, muitas vezes com a ausência de um filtro de veracidade, que de outra forma seriam bloqueadas pelos canais de comunicação tradicionais (BENKLER, 2011). Apesar das redes sociais atuarem como ferramenta de comunicação política na sociedade de informação, seu acesso é geralmente limitado a uma parcela da sociedade que já era interessada em questões políticas (NORIS, 2003).

Benkler (2011) entende que com a internet surgem novos tipos de poder e liberdade: a possibilidade de vazamentos e disseminação de informações; a fuga do controle da informação pelas grandes corporações midiáticas; e as novas formas de mobilização da opinião pública. Reconhecendo o papel central e positivo das redes, Silveira (2015) alerta que o que prevalece na internet é o senso comum, que carrega a força das ideias capitalistas e a doutrina da mercantilização extrema. Para o autor, o poder de organização dessas redes não estaria com as forças da esquerda. Considerando o impacto midiático que essa agenda teve nos últimos anos,

⁹ Exemplos de mobilizações sociais com forte uso da rede foram os casos do *Occupy Wall Street* nos EUA, da Primavera Árabe, e no Brasil, das Jornadas de Junho de 2013 (PENTEADO; LERNER, 2015), e manifestações da direita em 2015.

Quadros e Madeira (2018) sinalizam para configuração de um espaço em que parcelas da direita no Brasil passaram a se reconhecer e se assumirem enquanto tal.

Dito isto, os fatores que explicam o crescimento da direita no contexto europeu, embora verificados em menor escala, não explicariam sozinhos o crescimento da direita no Brasil (LÖWY, 2015). Para o autor, o quadro brasileiro possui características próprias com variações tanto em relação às mudanças no contexto político quanto no surgimento de novas arenas na opinião pública. Em decorrência, novos estudos permitem compreender tal fenômeno ao contrastar os argumentos de que a essa nova direita advém da continuidade de linhagens que sempre estiveram presentes no pensamento político ou se o padrão de articulação recente reflete as mudanças profundas, políticas e institucionais, de um novo cenário (CEPÊDA, 2018).

Ademais, a emergência de *outsiders* e atores políticos conservadores no Brasil, após as manifestações de 2015, foi acompanhada do reagrupamento de forças no campo do conservadorismo e pela atualização do discurso, estratégias e táticas, as quais colocam em questão as conquistas sociais do período anterior (CRUZ *et al.*, 2015). Partidos e atores políticos foram paulatinamente ganhando espaço com seus discursos conservadores, como: o Movimento Brasil Livre (MBL), representado por Kim Kataguiri, Fernando Holiday, Rogério Chequer, Marcello Reis e Beatriz Kicis; *outsiders* representados por Olavo de Carvalho, Reinaldo Azevedo, Raquel Sheherazade, Felipe Moura Brasil e Rodrigo Constantino e; deputados federais, como Jair Bolsonaro e Marco Feliciano (então no PSC).

A consequência imediata fora o aumento da adesão de setores da sociedade civil a esses movimentos (ABREU; ALLEGRETTI, 2016) e, com efeito, o crescimento dessa direita repercutiu diretamente no quadro de candidaturas registradas no processo eleitoral para presidência no Brasil em 2018. Nesse contexto, entre partidos tradicionais e atores emergentes somam-se sete candidaturas posicionadas ideologicamente da extrema-direita centro-direita e outras seis candidaturas da extrema-esquerda à centro-esquerda. Essa relação contribui para a diminuição do espaço de negociação entre as forças centristas e tem impacto direto no processo de polarização política.

3.2 A direita como força política no Brasil

No atual panorama político brasileiro a emergência de uma forte corrente conservadora, autointitulada de direita, tanto nos meios político-partidários como na opinião pública em geral, contrasta com a história de uma sociedade em que tal identificação carregava uma conotação pejorativa advinda dos 20 anos de regime militar (KAYSEL, 2015). Esse fenômeno pode ser

verificado pelas pesquisas de opinião conduzidas no Congresso Nacional nos anos 1990, em que a maioria dos parlamentares vinculados à partidos pertencentes ao campo da direita preferiram se auto classificar como de centro (MAINWARING *et al.*, 2000).

Diversos trabalhos recentes produziram contribuições significativas para o apontamento de variações no campo da nova direita, seja relacionado à filiação, a mudanças no contexto político ou no surgimento de novas arenas de opinião pública (MADEIRA; TAROUÇO, 2011; CRUZ *et al.*, 2015; TATAGIBA; TRINDADE; TEIXEIRA, 2015; CHALOUB; PERLATTO, 2016; MESSEMBERG, 2017). Nesse sentido, em conformidade com esses trabalhos, compreender o cruzamento entre concepções ideológicas, alinhamento ao contexto histórico e o novo padrão de disputa política no Brasil, se torna um processo extremamente complexo.

Ao considerar a trajetória da direita no Brasil, o trabalho de Neto (2016) sugere cautela ao se admitir que os recentes movimentos conservadores e de direita se comportam como um fenômeno de ressurgimento¹⁰. Para o autor, tal força nunca esteve ausente do cenário político e embora tenha permanecido com certa timidez durante a transição pós-autoritária e nos primeiros momentos do atual período democrático, as suas dinâmicas persistiram, inclusive fortalecendo a polarização do cenário político nacional. Em conformidade, Cepêda (2018) destaca a amplitude do espectro da direita, que pode incluir tanto as variantes de modelos mais radicalizados (nazismo, fascismo), como reacionários, autoritários, conservadores e, até mesmo, posições mais progressistas do liberalismo clássico (de tipo humanista).

A pesquisa desenvolvida por João Pereira Coutinho (2018) explora a pluralidade em torno do conceito de conservadorismo, sinalizando que cada época pode expressar um formato particular de pensamento conservador e, em consequência, caracterizar determinados movimentos sociais e políticos. Dito de outra maneira, para o autor o eixo de continuidade do conservadorismo seria condicionado por uma ressignificação e não por um rompimento de matrizes ideológicas.

Neste caminho, ao fornecer pontos de referência de uma genealogia sobre as direitas no Brasil, os resultados encontrados por Kaysel (2015) indicam que forças conservadoras heterogêneas, embora pareçam se constituir em um bloco homogêneo, pertencem a diferentes tradições contrapostas. Durante o processo de redemocratização, em especial no momento

¹⁰ Ao associarmos o termo direita com o período do Regime Militar devemos destacar um fenômeno que a literatura define como direita envergonhada. A pesquisa de Pierucci (1987) e Rodrigues (2002) investigou o posicionamento ideológico dos deputados, respectivamente nas décadas de 1980 e 1990, evidenciando uma predisposição por não se rotularem como representantes de direita. Nesse caminho, a partir de *surveys* aplicados no Congresso Nacional entre 1990 e 2009, Power e Zucco Jr. (2009) ressaltam que o perfil de auto identificação ideológica dos parlamentares indica uma tendência ao posicionamento à esquerda de seus partidos.

constituente (1987-1988), o principal traço programático e indicador de pertencimento ao campo da direita muda do eixo de apoio à ditadura e constitui-se em torno da defesa de políticas de liberalização econômica. Essa nova orientação, para Gros (2002), se aprofunda na década seguinte com a formação de diferentes *think tanks*¹¹ neoliberais.

Assim, se de um lado essa nova dinâmica ampliou os conflitos entre o empresariado e regime – orientados pela campanha contra estatização, de outro, após o retorno do pluripartidarismo em 1979, repercutiu no rompimento da direita, com a formação de diferentes siglas partidárias (MAINWARING *et al.*, 2000). Para Kaysel (2015), a ruptura mais significativa ocorreu no Partido Democrático Social (PDS), com o surgimento do Partido da Frente Liberal (PFL), ao aliar-se ao principal partido opositorista, o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB, atual MDB).

Juntamente com a antiga direita - ligada aos partidos tradicionais vinculados ao regime ditatorial-militar, como o DEM (antigo PFL) e o PP (antigo PPB, PDS e ARENA), o processo de crescimento da direita no plano político partidário para Codato *et al.* (2018) poderia incluir ao menos três novos fatos: a ascensão de uma direita religiosa e o crescimento de sua representação na Câmara dos Deputados; o surgimento de uma direita tipicamente liberal - economia e costumes, representada pelo partido NOVO; e a ascensão de movimentos sociais conduzidos por novas lideranças políticas de fora do *establishment* político tradicional, como o Movimento Brasil Livre (MBL).

Outro trabalho que enfatiza esse cruzamento de abordagens seria o de Jorge Chaloub e Fernando Perlatto (2016) ao propor hipóteses para compreensão do protagonismo recente dos intelectuais do campo de direita no país, as quais seriam: a coerência com o cenário internacional, entendendo essa recente direita como um fenômeno mundial; o distanciamento temporal do período da ditadura, que distorce a percepção sobre os riscos e características do autoritarismo; as mudanças tecnológicas e funcionais na disseminação de informações; a institucionalização da produção e difusão do pensamento liberal e de direita; a emergência de governos de esquerda, com sucessos e fracassos políticos, fortalecendo a polarização; e a crise do sistema partidário e do padrão de representação com o surgimento de manifestações com viés conservador e de repúdio à democracia.

¹¹ Os *think tanks* são organizações cujo principal interesse é influenciar o processo político. Em efeito, tais organizações são responsáveis por gerenciar as informações junto à opinião pública, à mídia, aos formuladores e implementadores de políticas, mobilizando simultaneamente diversos recursos, como: estudos científicos para produzir credibilidade; a dinâmica para o acesso político; empreendedores e investimentos de mercado; e especialistas de mídia, responsáveis pela publicidade e visibilidade (HAUCK, 2016, p. 64).

No Brasil, *outsiders* e atores políticos de direita, conformados tanto por novos atores quanto por aqueles outrora vinculados ao Regime Militar (1964-1985), ganharam representatividade social e visibilidade a partir das manifestações de 2015 (TATAGIBA, 2015; 2018). Com efeito, as manifestações culminaram em uma retomada da agenda moral, conservadora e do saudosismo ao discurso autoritário, associados principalmente: aos ideais da anticorrupção; à oposição frontal ao Partido dos Trabalhadores (PT), com suas políticas sociais e de afirmação de direitos e à exigência do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff. Com um perfil ideológico conservador e posição social privilegiada, tais atores expuseram e defenderam suas convicções de cunho segregador e autoritário (MESSENERG, 2017), alcançando resultados eleitorais positivos já em 2016.

Por fim, o artigo de Quadros e Madeira (2018) auxilia na compreensão do processo de renovação do discurso de direita no Brasil a partir de algumas conjecturas, como: a mobilização de uma agenda moral a partir de 2010 na campanha eleitoral presidencial de José Serra (PSDB); o aumento de demandas por políticas mais enérgicas na área da segurança pública; a renovação do perfil dos parlamentares; o contraponto ao ambiente sociopolítico representado por políticas públicas progressistas após governos sucessivos do Partido dos Trabalhadores; e a crise política que se cristalizou a partir das investigações da Operação Lava-Jato.

De fato, verifica-se gradativamente a emergência de líderes menos afeitos às ideias progressistas e o aumento da auto identificação de atores políticos à direita, referente tanto àquela direita envergonhada do Regime Militar ou a que representa um novo grupo de atores ideologicamente representados, principalmente após e através das manifestações de 2015, que foram protagonizadas por um conjunto de atores que têm buscado desafiar a hegemonia da esquerda ao longo dos anos (TATAGIBA; TRINDADE; TEIXEIRA, 2015).

Isso posto, acompanhamos um movimento no conteúdo dos discursos políticos no contexto histórico brasileiro. Assim, a agenda do Executivo – por depender de questões conjunturais – passaria por momentos de reconstituição (DINIZ, 2005), na medida que novas propostas passam a ser prioritárias ao governo.

Porém, como indica Cepêda (2018), nas últimas quatro décadas, diversos estudiosos do pensamento político-social brasileiro têm identificado a existência de longas tradições ou linhagens de pensamento que perpassam nossa história política, e que cruzam o espectro esquerda-direita (SANTOS, 1978; VIANNA, 1997; BRANDÃO, 2007; LYNCH, 2015;). Portanto, os discursos tanto de liberais quanto de conservadores disseminados pelas recentes direitas brasileiras possuem uma ressignificação no passado e indicam mais uma transformação do conteúdo e prioridades mobilizadas que uma característica inédita e não vinculada.

Embora este trabalho não se proponha a construir um histórico das correntes políticas e ideológicas que conformam o campo das direitas no país, se torna seminal destacar como os elementos e as características da direita se mantiveram no decorrer histórico brasileiro. Sendo assim, tais pressupostos permitem um maior esclarecimento na análise das estratégias mobilizadas na competição presidencial de 2018, expressas sob o viés de polarização política a partir da ênfase no discurso *antiestablishment* dos atores políticos (*insiders e outsiders*).

Isso posto, seja pela vertente que considera a nova direita brasileira como uma continuidade de linhagens presentes no nosso pensamento político (VELÉZ-RODRIGUES, 2015; BERLANZA, 2017) ou que a coloca em um cenário inédito, essa óptica permite compreender de forma mais sistêmica como os padrões das redes de interação se constituem na disputa eleitoral. Isto é, se o recente padrão de articulação é caracterizado por mudanças significativas nas ênfases adotadas pelas candidaturas e conforme o adversário é mencionado na interação.

3.3 O contexto das eleições de 2018 e a quebra da polarização PT *versus* PSDB

Estabelecido o cenário de crise econômica e crise política no Brasil, as manifestações de junho de 2013 introduziram novos atores que, demonstrando hostilidade em relação aos partidos políticos, seus militantes e símbolos (TATAGIBA, 2014), levaram a polarização a um novo patamar. *Outsiders* e atores políticos vinculados à direita ganharam representatividade social, reforçadas nas manifestações de 2015 a favor do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff – movimento que se destacou como um dos elementos simbólicos do crescimento do sentimento antipetista¹². *Surveys* aplicadas entre manifestantes e eleitores indicam que os principais partidos que sofreram baixa na identificação e propensão ao voto naquele momento foram PT e PSDB (RIBEIRO *et al.*, 2016; TELLES, 2016; BORGES; VIDIGAL, 2018).

O cenário político que permeou a eleição presidencial de 2018 foi caracterizado pela intensificação do processo de polarização entre petistas e antipetistas. Entre 1994 e 2014, o PSDB ocupou o polo oposto ao PT, capitalizando gradativamente o crescimento do sentimento

¹² O trabalho de Borges e Vidigal (2018) sobre a evolução do posicionamento ideológico dos eleitores petistas, tucanos e antipetistas independentes elucida alguns pontos importantes para o debate: indicando uma crescente convergência ideológica do eleitorado em direção ao centro do espectro político; contrariamente à hipótese de uma associação entre o antipetismo e o crescimento da direita, observaram que o eleitorado antipetista é bastante heterogêneo, sem um perfil ideológico claro; o grupo de antipetistas independentes se diferencia ainda menos dos petistas do que os eleitores que apresentam simpatias mais intensas pelo PSDB. Assim, para os autores, o crescimento do antipetismo parece estar mais relacionado a avaliações negativas por parte do eleitorado aos governos do PT do que necessariamente ligado ao crescimento de uma direita conservadora e extremista.

antipetista em parte do eleitorado. Outro fator de acirramento deste sentimento foi a Operação Lava Jato, deflagrada em 2014 para investigar um esquema de lavagem e desvio de dinheiro envolvendo a Petrobrás e grandes empreiteiras. Contando com vasta cobertura midiática, a Lava Jato impactou diretamente na opinião pública e ampliou o espaço para a disseminação do discurso de descrédito das instituições políticas e do sentimento antissistema (CIOCCARI *et al.*, 2019).

Ainda em consequência dos desdobramentos da Operação Lava Jato, a prisão do então candidato pelo PT à presidência em 2018, Luiz Inácio Lula da Silva, reforçou ainda mais a narrativa antipetista, contribuindo ao sentimento contrário à política e ao acirramento dos ânimos entre grupos políticos. Associadas à incerteza da candidatura de Lula, o surgimento de movimentos ligados a direita e a extrema-direita e as manifestações de descontentamento público possibilitaram que as eleições de 2018 ocorressem sob um cenário de profunda polarização política e social.

Após seis eleições à frente das principais coligações eleitorais, PT e PSDB se viram diante deste novo cenário de competição eleitoral, com o crescente sentimento antipetista e antipartidário. Tal cenário, permitiu a viabilização da candidatura de Jair Bolsonaro (PSL), que até aquele momento desempenhava um papel de pouca relevância como congressista. Sustentando um programa conservador nos costumes e *antiestablishment*, mas focado principalmente no liberalismo econômico (GREGORIO; CONTRERA, 2020), Bolsonaro agregou apoio significativo do empresariado, do mercado financeiro e de grupos conservadores e extremistas de direita.

A esse contexto inclui-se ainda uma série de mudanças estruturais e normativas na legislação eleitoral¹³ e o esfacelamento das coalizões e alianças eleitorais tradicionais, gerando incerteza sobre a dinâmica da disputa. Recorrentemente utilizado na formação de coalizões no período anterior, o MDB/PMDB, optou por não oferecer apoio formal e/ou informal a nenhum partido, lançando uma candidatura própria e personalizada em Henrique Meirelles. Tal fenômeno, em termos estratégicos e técnicos, significa uma nova redistribuição no tempo de propaganda televisiva. Além deste recurso, destacamos a consolidação da internet e das redes sociais como meios alternativos de campanha política que foi marcada principalmente pelo uso

¹³ A Lei nº 9.504/1997, conhecida como a Lei das Eleições, estabelece os critérios para os partidos e eleições. Destacamos algumas mudanças com a Lei 12891/2013 para diminuir o custo das campanhas eleitorais; a Lei nº 13165/2015 para simplificar a administração dos partidos políticos e aumentar a participação feminina; e a Lei nº 13.877 e Lei nº 13.878, de 2019, que alteraram diversas normas de campanha e de funcionamento dos partidos, como limites de gastos, isenção de despesas eleitorais e regulam a distribuição dos recursos do Fundo Eleitoral

ostensivo de aplicativos de mensagens para replicar conteúdo e o uso de plataformas interativas para comunicação direta com o eleitorado.

As pesquisas de opinião lançadas antes da oficialização da candidatura de Fernando Haddad pelo PT já delineavam uma estrutura de competição diferente da acompanhada nas eleições presidenciais brasileiras anteriores. A pesquisa Datafolha de 22 de agosto de 2018, mostrou que caso Lula fosse o candidato pelo PT ele lideraria a disputa com 39% dos votos, seguido por Bolsonaro (PSL) com 19%, Marina (REDE) com 8% e Alckmin (PSDB) com 6% das intenções de votos (DATAFOLHA, 2018).

Ao assumir oficialmente a cabeça da chapa em setembro de 2018 no último dia do prazo estipulado pelo TSE, Fernando Haddad (PT) entrou na disputa com 9% das intenções de voto. Somente a partir da quarta semana, quando atingiu 22% das intenções de voto, Haddad abriu vantagem fora da margem de erro em relação ao terceiro colocado, Ciro Gomes (PDT), que sustentava 11% das intenções de voto. Conforme veremos na seção 5, foi também na quarta semana que as interações com a candidatura petista alcançaram um novo patamar de crescimento no HGPE.

Estabelecido esse novo cenário na disputa eleitoral no Brasil, o esfacelamento de alianças eleitorais tradicionais produziu efeito nas demais candidaturas que se viram no papel de disputar a terceira via na competição, acarretando no lançamento de treze candidaturas para a campanha presidencial. Dito isso, se faz possível identificar e compreender os padrões de interação estratégica formados entre essas candidaturas para Presidência da República de 2018, fornecendo argumentos ao debate sobre a polarização da disputa eleitoral brasileira.

Ao identificar atores, prioridades temáticas e redes de interação, nossa contribuição além de produzir resultado sobre os padrões de interação estratégica e saliência nos estudos de competição eleitoral na ciência política, produz indicativos que viabiliza estabelecer um paralelo entre o Brasil e o cenário internacional de crescimento da nova direita. Com efeito, compreender os elos que distanciam as características atuais com as do período militar e indicar o papel fundamental do manifesto de campanha e do HGPE como ferramentas estratégicas de disseminação do discurso conservador e *antiestablishment*. Por fim, nossa análise sobre o comportamento e padrões de interação estratégica na disputa presidencial permite produzir alguns pressupostos sobre o resultado eleitoral de 2018, expresso na vitória eleitoral de Jair Bolsonaro (PSL).

Deste modo, algumas variáveis como a identificação partidária, a estruturação das redes de interação e a disputa de agendas seriam essenciais para compreender a estrutura de organização competitiva nas eleições presidenciais no Brasil em 2018. Sendo assim, na seção a

seguir são apresentados os dados e os métodos de análise empregados neste estudo. A fim de compreender as redes de interação estabelecidas, propomos analisar sua frequência, seu formato e seu conteúdo. Para esse trabalho trataremos o HGPE e os manifestos de campanha como materiais que possuem formatos de agenda programática e que são estruturados por regras formais, permitindo avaliar a interação estratégica sequencial entre os candidatos.

4 DADOS E MÉTODOS

Dois conjuntos de dados foram mobilizados no desenvolvimento desta pesquisa. São eles os a) manifestos de campanha dos partidos e coligações que disputaram a presidência do Brasil em 2018; e os b) vídeos produzidos e exibidos no HGPE por essas mesmas candidaturas, no primeiro turno da eleição presidencial de 2018.

4.1 Manifestos de campanha

Os manifestos de campanha estão disponíveis para consulta pública *online* na plataforma *DivulgaCand*, no site do Tribunal Superior Eleitoral¹⁴ (TSE). Levando em consideração as classificações prévias da literatura sobre os partidos políticos brasileiros e demais membros de suas coligações (COPPEDGE, 1997; MAINWARING; MENEGUELLO; POWER, 2000; RODRIGUES, 2002; WIESEHOMEIER; BERNOIT, 2007; POWER; ZUCCO JR, 2009; TAROUCO; MADEIRA, 2015; BABIRESKI, 2016; CODATO *et al.*, 2018), os quais podem ser considerados corresponsáveis pela elaboração dos manifestos de campanha, o Quadro 1 condensa as informações das candidaturas e dos documentos (versão final atualizada no TSE) analisados em relação ao primeiro conjunto de fonte de dados.

Quadro 1 - Identificação dos manifestos codificados e candidaturas relacionadas

Identificação do manifesto	Candidatura	Partidos na coligação	Total de segmentos codificados
Plano de Metas 19+1: pela refundação da República	Alvaro Dias (PODEMOS)	PRP, PSC, PTC	134
Plano de nação para a colônia brasileira	Cabo Daciolo (PATRIOTA)	Sem coligação	190

¹⁴ Pela legislação eleitoral brasileira, todos as candidaturas têm por obrigação registrar no TSE os programas de governo (manifesto), caracterizados por projetos e às ações pretendidos caso a candidatura seja eleita. O registro garante que o TSE fiscalize se a candidatura pretende aplicar algum projeto inconstitucional. (Lei 9.504 de 30 de setembro de 1997, art. 11, § 1º: “O pedido de registro deve ser instruído com os seguintes documentos: IX – propostas defendidas pelo candidato a Prefeito, Governador de Estado e a Presidente da República”).

Diretrizes gerais	Geraldo Alckmin (PSDB)	PP, PTB, PSD, PRB, PR, DEM, SD e PPS	66
Pacto pela confiança	Henrique Meirelles (MDB)	PHS	171
O caminho da prosperidade	Jair Bolsonaro (PSL)	PRTB	407
Mais oportunidades, menos privilégios	João Amoedo (NOVO)	Sem coligação	250
Diretrizes gerais de Governo para construir um novo e melhor Brasil	José Maria Eymael (DC)	Sem coligação	107
Diretrizes para uma estratégia nacional de desenvolvimento para o Brasil	Ciro Gomes (PDT)	AVANTE	753
Distribuir a renda, superar a crise e desenvolver o Brasil	João Goulart Filho (PPL)	Sem coligação	290
Vamos sem medo de mudar o Brasil	Guilherme Boulos (PSOL)	PCB	1975
16 pontos de um programa socialista para o Brasil contra a crise capitalista	Vera Lúcia (PSTU)	Sem coligação	133
O povo feliz de novo	Fernando Haddad (PT)	PCdoB, PROS	1362
Brasil justo, ético, próspero e sustentável	Marina Silva (REDE)	PV	645

Fonte: Elaboração própria a partir do TSE (2018). Disponível em: <http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/>. Acesso em: 30/10/2018.

4.1.1 Vídeos produzidos para o HGPE

Os vídeos produzidos pelas candidaturas para o HGPE no primeiro turno da eleição presidencial de 2018 estão disponíveis e foram consultados no site do *DataPoder360*. A amostra empírica deste grupo de dados compreende 137 vídeos¹⁵ produzidos e exibidos no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral em 30 blocos divididos igualmente entre o período diurno e noturno, durante cinco semanas, pelas 13 candidaturas descritas. A amostra analisada não inclui as inserções diárias (*spots*) que foram exibidas ao longo do dia na programação da TV pelas candidaturas.

Conforme pode ser observado na Tabela 1, parte considerável dos vídeos produzidos foram reprisados pelos partidos em um ou mais blocos. A guisa de comparação, enquanto o PATRIOTA produziu apenas um vídeo, que fora exibido nos 30 blocos, o PSOL produziu 20 vídeos inéditos e exibiu apenas 10 reprises.

¹⁵ Os vídeos foram coletados no acervo eletrônico do *DataPoder360*. Para classificar os 819 segmentos identificados nos 137 vídeos utilizamos um livro de códigos previamente estabelecido, conforme o Quadro 5. Após treinamento realizado por três codificadores, realizamos um teste de confiabilidade em 82 segmentos, aferindo o mínimo de 85% de fidedignidade para as variáveis “Temática”, “Valência” e “Intensidade” (BAUER, 2003).

Tabela 1 – Tempo no HGPE e número de programas inéditos por candidatura

Candidatura	Templo/bloco	Tempo/dia*	Tempo total**	Nº de programas inéditos
PSDB	5min32s	11min04s	2h46min	17
PT	2min23s	04min46s	1h11min30s	17
MDB	1min55s	03min50s	57min30s	13
PODEMOS	40s	01min20s	20min	14
PDT	38s	01min16s	19min	13
REDE	21s	42s	10min30s	15
PSOL	13s	26s	6min30	20
PATRIOTA	08s	16s	4min	1
DC	08s	16s	4min	4
PSL	08s	16s	4min	6
NOVO	05s	10s	2min30s	4
PPL	05s	10s	2min30s	3
PSTU	05s	10s	2min30s	10
<i>Total</i>	12min21s	24min42s	6h10min30s	137

*Tempo previsto diariamente para cada partido. Há pequenas variações de segundos ao longo da campanha.

**Tempo total de transmissão de cada partido ao longo dos 15 dias de exibição do HGPE entre 1 de setembro e 4 de outubro de 2018. Terças, Quintas e Sábados.

Fonte: TSE (2018).

4.2 Métodos

Em um espaço de competição partidária os partidos são convergentes ou divergentes em relação às temáticas que enfatizam? Downs (1999) e Aldrich (1995, 2011) apresentaram respostas complementares a esta questão. Enquanto para Downs a moderação de opiniões em que se encontra a maioria da opinião pública se mostra como um incentivo aos partidos para defender posições ambíguas e convergentes ao centro, Aldrich ressalta que os militantes empurram os partidos para os extremos, os incentivando a defender políticas divergentes.

O processo de analisar e verificar se as temáticas defendidas pelos partidos são convergentes ou divergentes, moderadas ou extremadas, centristas ou ideológicas, demanda ao pesquisador o emprego de variadas técnicas metodológicas no campo da Análise de Conteúdo. A aplicação deste procedimento metodológico para analisar tanto a) os manifestos de campanha quanto b) os vídeos exibidos no HGPE, permite uma descrição sistemática e quantitativa do material proposto através da seleção de unidades de análise definidas a partir dos objetivos da pesquisa (STEMPEL; WESTLEY, 1989; HANSEN, 1998).

Segundo Bardin (2002, p. 35), a Análise de Conteúdo consiste em “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. O objetivo é extrair significados temáticos ou

significantes lexicais do texto. O método consiste basicamente em classificar uma grande quantidade de unidades de texto (palavras, expressões, frases) em categorias segundo seu significado e a partir da sua quantificação, produzir inferências válidas.

Empregamos neste estudo duas técnicas distintas de Análise de Conteúdo. A Análise Semântica/Categorial foi utilizada para classificar as unidades em diferentes temáticas de campanha (BARDIN, 2002). Por sua vez, a Análise de Avaliação foi empregada para medir as variáveis da interação entres os atores (OSGOOD, 1959). Portanto, os dois materiais escolhidos passaram por procedimentos de Análise de Conteúdo, visando padronização e uniformidade na análise de dados.

O procedimento metodológico adotado teve como objetivo identificar as temáticas priorizadas pelos partidos durante a eleição e, dentre elas, verificar quais foram objeto de interação estratégica entre os partidos. As temáticas-objeto de interação estratégica foram classificadas ainda quanto ao seu sentido e sua intensidade (força qualitativa do argumento e extensão do mesmo - análise métrica no texto e temporal nos vídeos). Assim, a partir da análise das frequências das temáticas mobilizadas pelos partidos esperamos revelar não somente os assuntos mais importantes para cada candidatura, como também a estratégia adotada pelos partidos para salientar determinadas temáticas conforme menciona seus adversários em virtude de possíveis impactos no resultado eleitoral.

Antes de determo-nos a explicação detalhada dos procedimentos desempenhados por cada uma delas, pontuaremos a maneira como elas serão mobilizadas no Quadro 2.

Quadro 2 – Critérios de classificação de acordo com as técnicas de análise

Técnica de Análise de Conteúdo	Tipo de Classificação	Critérios
Análise Categorial	Temática (semântica)	Categorias do MARPOR
Análise de Avaliação	Atores em interação	Emissor e Receptor
	Ator responsável pela mensagem (orador)	Candidatos, Narrador (<i>off</i>), Líder Partidário, Garoto Propaganda, Personalidade, Popular e Personagem
	Direção	Positiva, Negativa e Neutra
	Intensidade (qualitativa)	Forte, Média e Fraca
	Intensidade (extensão quantitativa)	Número de palavras e tempo (em segundos) no vídeo
	Forma de Interação	Direta e Indireta

Fonte: Elaboração própria a partir de Bardin (2002), Klingemann *et al.* (2007) e Figueiredo *et al.* (1997).

A exploração do material, conforme explica Bardin (2002), é desenvolvida em três etapas: a escolha das unidades, enumeração e classificação. Nos termos da Análise de Conteúdo, a unidade de análise pode ser compreendida em termos de unidade de registro (UR) e unidade de contexto (UC). A UR é o menor recorte de ordem semântica que se liberta do texto, podendo ser uma palavra, um tema, objetos, atores, etc. A UC, por sua vez, deve fazer compreender a UR, tal qual uma frase para uma palavra. A enumeração, por sua vez, seria a escolha das regras de contagem. Na terceira e última etapa final ocorre a classificação e escolha das categorias. Descrevemos, a seguir, a unidade de análise, as regras de contagem e as categorias predefinidas para cada material.

4.2.1 Métricas: manifestos de campanha – Análise Categorical

a) Unidade de análise

No campo específico da análise dos manifestos, empregamos o método do MARPOR. Visando verificar quais questões políticas dividiam os partidos do Pós-Guerra e se elas eram divergentes ou convergentes em termos políticos e ideológicos, o *Manifesto Research on Political Representation* (MARPOR) - fundado nos anos 1970 como *Manifesto Research Group* (MRG) – chama as unidades de registro de quase-sentença. Essa é definida como um argumento que é a expressão verbal de uma ideia ou de um significado. No texto, as quase-sentenças são frequentemente separadas por vírgulas ou ponto e vírgulas. O procedimento de análise inicial consiste em identificá-las

b) Regras de contagem e categorias

O MARPOR tem como ponto de partida a *Saliency Theory*, originalmente desenvolvida por Robertson (1976), segundo a qual os partidos competem enfatizando temas diferentes. Desse modo, no âmbito da Análise de Conteúdo, o MARPOR realiza uma Análise Categorical, também chamada de análise semântica. A análise Semântica/Categorical baseia-se em operações de desmembramento do conteúdo em unidades com o intuito de destacar os distintos núcleos de sentido cuja presença ou frequência são significativos para o objeto

Por esse ponto de vista, cada partido seleciona questões de uma agenda universal para concentrar atenção e esforços de campanha, formular propostas de políticas e priorizar nos governos. O que varia e terminaria por distinguir um partido do outro é a proeminência atribuída publicamente a cada questão como conjunto de suas preferências políticas: seus documentos

programáticos. Cada partido escolheria enfatizar aquelas questões em que seu desempenho tem mais credibilidade (ROBERTSON, 1976).

A técnica de análise do MARPOR permite que os pesquisadores realizem três tipos de comparações. A primeira é a comparação de mudanças nas posições políticas e ênfases de partidos específicos ao longo do tempo. A segunda, relaciona-se à comparação das diferenças de posições políticas ou ênfases entre os partidos. Por fim, a terceira refere-se à comparação entre partidos de diferentes países. Os dados básicos que apoiam tais comparações são as proporções de manifestos de campanha dedicados a cada categoria disposta no Quadro 3.

O segundo procedimento metodológico consiste em classificar as quase-sentenças identificadas nos manifestos em apenas uma das 56 categorias que compõem seu quadro de análise. O total de categorias é dividido em 7 grandes domínios que podem ser entendidos como grandes áreas temáticas de políticas. O quadro abaixo sintetiza cada um destes domínios e suas categorias correspondentes, sem, no entanto, discriminar o conteúdo das categorias.

Quadro 3 – Domínios e categorias do método padrão do MARPOR

Domínio	Categoria	Domínio	Categoria
1 – Relações Exteriores	101 - Relações externas especiais: P 102 - Relações externas especiais: N 103 - Anti-imperialismo 104 - Fortalecimento militar: P 105 - Fortalecimento militar: N 106 - Paz: P 107 - Internacionalismo: P 108 - Integração europeia: P 109 - Internacionalismo: N 110 - Integração europeia: N	5 – Bem-estar e Qualidade de Vida	501 - Proteção ambiental: P 502 - Cultura: P 503 - Justiça social: P 504 - Expansão do estado de bem-estar: P 505 - Limitação do estado de bem-estar: P 506 - Expansão da educação: P 507 - Limitação da educação: P
2 – Liberdade e Democracia	201 - Liberdade e direitos humanos: P 202 - Democracia: P 203 - Constitucionalismo: P 204 - Constitucionalismo: N	6 – Princípios da Sociedade	601 - Modo de vida nacional: P 602 - Modo de vida nacional: N 603 - Moralidade tradicional: P 604 - Moralidade tradicional: N 605 - Lei e ordem: P 606 - Harmonia social: P 607 - Multiculturalismo: P 608 - Multiculturalismo: N
3 – Sistema Político	301 - Descentralização: P 302 - Centralização: P 303 - Eficácia administrativa e governamental: P 304 - Corrupção política: N 305 - Autoridade política: P	7 – Grupos Sociais	701 - Classes trabalhadoras: P 702 - Classes trabalhadoras: N 703 - Agricultura, agricultores: P 704 - Grupos profissionais: P 705 - Grupos minoritários desprivilegiados: P 706 - Grupos demográficos não-econômicos: P

4 – Economia	401 - Livre iniciativa: P	409 - Gerenciamento keynesiano da demanda: P
	402 - Incentivos: P	410 - Produtividade: P
	403 - Regulação de mercado: P	411 - Tecnologia e infraestrutura: P
	404 - Planejamento econômico: P	412 - Economia controlada: P
	405 - Corporativismo: P	413 - Nacionalização: P
	406 - Protecionismo: P	414 - Ortodoxia econômica: P
	407 - Protecionismo: N	415 - Análises marxistas: P
	408 - Objetivos econômicos	416 - Controle do crescimento: P

Legenda: P = Positivo; N = Negativo.

Fonte: Klingemann *et al.* (2007).

A codificação, entretanto, não é um processo tão simples e, por vezes, envolve a superação de alguns obstáculos. Como destaca ressalta Contrera (2017), quando nenhuma das categorias do quadro se aplicar a uma dada quase-sentença esta deve ser tratada como não codificável (000). Já em casos em que as quase-sentenças não codificáveis apresentem um viés específico do país estudado podem ser criadas subcategorias, as quais tem de ser incluídas dentro das 56 categorias do modelo padrão. Por fim, algumas sentenças devem considerar o contexto geral do documento para permitir uma classificação mais precisa.

Em nossa análise não utilizamos critérios e pesos diferentes para contagem das quase-sentenças (UR). Cada unidade foi contada apenas uma vez e sua frequência foi calculada em relação ao material do qual ela fora extraída. Desse modo, a frequência das quase-sentenças foram apresentadas a partir de seus valores percentuais, o que garante a eficácia de um critério comparativo de análise.

Ademais, o método padrão do MARPOR vai além deste aspecto, possibilitando ao pesquisador posicionar determinado partido em uma escala esquerda-direita com uma construção que envolve apenas vinte e seis das cinquenta e seis categorias do MARPOR, sendo: treze categorias que são consideradas de esquerda (103, 105, 106, 107, 202, 403, 404, 406, 412, 413, 504, 506, 701); e outras treze categorias que são consideradas de direita (104, 201, 203, 305, 401, 402, 407, 414, 505, 601, 603, 605, 606). Ao final, tal escala varia entre extremos de -100 a +100, respectivamente como os extremos de esquerda e direita. Para o cálculo do posicionamento dos partidos nesta escala é necessário subtrair a soma das porcentagens de esquerda da soma das porcentagens de direita, da seguinte maneira:

$$\text{Posicionamento} = D - E$$

Onde:

$D = \sum \% \text{ das quase-sentenças classificadas como direita.}$

$E = \sum \% \text{ das quase-sentenças classificadas como esquerda.}$

Finalmente, procedimento metodológico adicional foi realizado para a categoria “Autoridade Política” (305). Subdividida em 6 categorias (Quadro 4) que indicam as competências do ator de destino, sendo: partidos; pessoal; governo; elites pré-democráticas positivas; negativas; e de reabilitação e compensação.

Quadro 4 – Descrição das subcategorias de “Autoridade Política” (305)

Subcategoria	Descrição
305.1 Autoridade Política: Competência do Partido	Referências à competência da parte do manifesto para governar e / ou a falta de tal competência da outra parte.
305.2 Autoridade Política: Competência Pessoal	Referência à competência pessoal do candidato presidencial ou líder do partido para governar e / ou a falta de tal competência de outro candidato ou líder.
305.3 Autoridade política: governo forte	Menções favoráveis sobre a conveniência de um governo forte e / ou estável em geral.
305.4 Elites pré-democráticas: positivas	Cooperação com autoridades pré-democráticas no período de transição; anistia para ex-elites não democratas; e 'deixe os cães dormireem' ao lidar com a nomenclatura do antigo regime não democrático.
305.5 Elites pré-democráticas: negativa	Contra o envolvimento da elite pré-democrática no governo democrático; eliminar os colaboradores do antigo regime não democrático do serviço governamental; para comissões da verdade e outras instituições iluminando a história recente.
305.6 Reabilitação e Compensação	Referências à reabilitação cívica de pessoas perseguidas politicamente na era autoritária; referências a compensações jurídicas por expropriações autoritárias; compensação moral.

Fonte: Elaboração própria a partir do método do MARPOR (2020).

As 501 quase-sentenças dos manifestos classificadas como “Autoridade Política” foram reclassificadas em subcategorias temáticas e, posteriormente, passaram por um processo de Análise de Avaliação (explicado em 4.2.3), em que foram identificados para cada uma das referências e menções os respectivos atores políticos envolvidos (emissores, receptores, valência e direção da menção).

4.2.2 Métricas: vídeos produzidos para o HGPE – Análise Categorical

Os vídeos do HGPE foram trabalhados de duas maneiras distintas. Nesta subseção o foco é a Análise Categorical, tal qual na Análise dos manifestos.

a) Unidade de análise

Os vídeos do HGPE foram decupados e seus áudios e imagens (quando aplicável) transformados em texto. Assim como no caso dos manifestos, empregamos para os textos gerados através da decupagem dos vídeos do HGPE o critério da quase-sentença para a unidade de análise.

Associada aos métodos empregados de Análise de Conteúdo, a decupagem seria uma técnica de representação descritiva e temática da informação audiovisual que significa dividir o filme, ou vídeo, em planos (SANTOS, 1995). Recorremos à técnica de decupagem para a exploração dos vídeos veiculados no HGPE, cujo percurso metodológico adotado segue os critérios apresentados por Caldera-Serrano (2014, em tradução nossa)

As anotações tomadas durante a primeira vez em que se assistir a um vídeo [nível pré-iconográfico] devem indicar a pertinência do documento, assim como o nível de análise das imagens [níveis iconográfico e iconológico], o que pode depender de fatores como o tipo de programa e o potencial de reutilização [das imagens]. Devem-se metodizar os diferentes planos que constituem a parte [cenas e sequências], destacando os personagens, lugares e temas presentes no vídeo. Se necessário, realiza-se a descrição sequencial por sequência das imagens (CALDERA-SERRANO, 2014, p. 149).

A descrição de planos consiste em anotar e transcrever as sequências que configuram o conteúdo e a forma do documento conforme se reproduz os acontecimentos e fatos nos vídeos, por critérios de análise cronológica – tempo destinado para descrever o fato. Com essa técnica tanto os personagens, lugares e temas quanto todas aquelas questões que sejam consideradas relevantes desde o ponto de vista visual ou sonoro são consideradas e transcritas (SANTOS *et al.*, 2018). Ou seja, para os autores seu conteúdo compreenderia uma descrição das ações, do texto ou narrativa apresentada sobre as imagens em movimento.

Santos *et al.* (2018), ressalta duas correntes teóricas que embasam a análise e descrição das imagens audiovisuais por se tratar de análise de conteúdo e decupagem: uma que visa descrever unicamente as imagens, em seguida o áudio e, por fim, unir ambos na descrição final; e outra que descreve o audiovisual com todos os seus elementos - áudio, vídeo e texto sincronizados (CALDERA-SERRANO; ARRANZ-ESCACHA, 2013). Para os autores, o processo de decupagem pode ser construído em uma categorização dividida em 13 áreas, das quais destacamos: indicação de responsabilidade (emissor, orador e receptor); designação de título; descrição física do material; descrição temática do conteúdo (direção e valência); marcação temporal do fato; e data de produção ou exibição.

Assim, respeitando tais critérios definidos pela literatura, a decupagem dos vídeos do HGPE foi realizada em três fases, expressas em (1) assistir ao vídeo original para (2) extrair as

informações relevantes e (3) redigir um resumo do que foi assistido, em forma de texto. Contudo, após a estruturação do resumo, atribuímos uma descrição detalhada do texto, som e imagem, na qual foi atribuído os termos que representam a informação audiovisual de acordo com as 13 áreas descritas para categorização – observado na Tabela 2 e no capítulo de discussão de dados.

b) Regras de contagem e categorias

Foram decupados e considerados na amostra apenas os 137 vídeos inéditos. Reprises não foram consideradas nesta análise em específico. Todos os critérios metodológicos do MARPOR para a análise dos manifestos foram replicados na análise dos textos decupados dos vídeos. Desse modo, classificamos as quase-sentenças provenientes da decupagem conforme as categorias do Quadro 3. Por fim, a partir de categorias específicas calculamos o índice RILE.

4.2.3 Métricas: vídeos produzidos para o HGPE – Análise de Avaliação

Os vídeos do HGPE foram trabalhados de duas maneiras distintas. Nesta subseção o foco é a Análise de Avaliação.

a) Unidade de análise

A unidade de análise para o procedimento de Análise de Avaliação na interação do HGPE é o segmento. Para cada candidatura entendemos os segmentos como as menções aos partidos políticos competidores, aos candidatos presidenciais e aos líderes políticos vinculados àqueles partidos, como Fernando Henrique Cardoso, Lula, Dilma Rousseff, etc. Não fizemos distinções entre esses três grupos, os quais foram analisados em conjunto. As candidaturas constituem tanto os emissores quanto os receptores de interação e, portanto, para o critério “menção” consideramos como receptor a candidatura partidária citada direta (verbalizada pelo orador do HGPE) ou indiretamente (imagem projetada que faça referência à candidatura adversária). Além das candidaturas, consideramos como receptor o GOVERNO (segmentos contendo menções genéricas e específicas ao Governo e à Michel Temer) e OUTRO, este último aplicado à atores políticos não-partidários como Sérgio Moro, a ONU, o TSE, etc.

b) Regras de contagem e categorias

Incluimos na amostra desta análise os vídeos reprisados. Esse procedimento foi realizado para assegurar que todas as 13 candidaturas tivessem na amostra dados para os 30 blocos. Desse modo, todo o tempo de exposição em tela no HGPE foi considerado.

Neste campo específico de análise do HGPE, o processo de desmembramento do conteúdo em unidades teve como objetivo inicial identificar as interações estratégicas que ocorreram entre as candidaturas, isto é, identificar as candidaturas emissoras e receptoras dessas interações. Para tal, foi estabelecido o critério “menção” e, as unidades de análise do HGPE foram divididas por segmentos¹⁶.

No total identificamos 819 segmentos que se encaixaram no critério¹⁷, dos quais 413 foram exibidos no período diurno e 406 no período noturno. Ademais, especificamos os emissores e seus respectivos receptores de interação, classificamos em seguida, no banco de dados, as temáticas mobilizadas nessas interações conforme a Tabela 2.

Tabela 2 – Códigos e variáveis para o HGPE

Código	Variáveis
Semana	Semana de veiculação do programa (varia de 1 a 5)
Período	Diurno ou noturno
Programa	Numerado por ordem cronológica (inclui reprises)
Emissor	Candidatura emissora da interação: PSL, PT, PDT, PSDB, REDE, PODEMOS, PATRIOTA, NOVO, PSTU, PSOL, PPL, MDB, DC
Orador	Orador da mensagem do segmento, inclui: Candidato, narrador em <i>off</i> , Vice, Imagem, Popular, Instrumental, Garoto (a) propaganda, Patrono.
Direção	Direta ou indireta
Receptor	Candidatura receptora da interação: PSL, PT, PDT, PSDB, REDE, PODEMOS, PATRIOTA, NOVO, PSTU, PSOL, PPL, MDB, DC, GOVERNO e OUTRO
Temática ¹⁸	Adversário, Corrupção, Economia, Facada, <i>Fake News</i> , Gestão do Governo, Infraestrutura, Justiça, Pesquisa, Polarização e Política Externa
Valência	Positiva, Negativa e Neutra
Intensidade	Fraca, Média e Forte
Tempo	Tempo em segundos

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados.

Para classificar cada segmento individualmente em uma das temáticas identificamos os núcleos de sentido semânticos neles contidos. As categorias aplicadas na codificação dos dados foram desenvolvidas e adaptadas a partir de propostas metodológicas recorrentes nas análises

¹⁶ Um segmento corresponde a um trecho do programa onde não se alteram locutor, tema e cenário. Se um dos três alterarem, encerra-se um segmento e se inicia outro (ALBUQUERQUE, 2005).

¹⁷ Em casos em que imagem projetada constituía uma interação simultânea ao conteúdo verbalizado, codificamos os seguimentos separadamente.

¹⁸ Em análise preliminar, desenvolvida e publicada como parte desta dissertação (CONTRERA; GREGORIO; LIMA, 2020), sobre as redes de interação no HGPE foram construídas tais categorias temáticas pelo método indutivo. Por fim, aplicamos um teste de concordância entre os autores que verificou um índice de 98%.

de conteúdo do HGPE de Figueiredo *et al.* (1997); Albuquerque (2005); Panke e Cervi (2011), que visam analisar além do formato, o conteúdo das mensagens veiculadas.

A Análise de Avaliação, consiste em medir as atitudes do emissor quanto ao objeto de que ele fala (OSGOOD, 1959). Atitudes são uma pré-disposição, relativamente estável e organizada para reagir sob a forma de opiniões (nível verbal) ou de atos (nível comportamental) em presença de objetos (pessoas, ideias, acontecimentos, etc.). É um núcleo representado pelo conjunto de posições políticas expressas de forma escrita, verbal ou visual. Na Análise de Avaliação de Osgood (1959) as atitudes são caracterizadas por dois elementos: a direção (isto é, o sentido da opinião, que neste trabalho nos referimos como valência) e a intensidade (força ou grau de convicção expressa). A valência¹⁹ pode ser positiva, negativa ou neutra. A intensidade, por sua vez, é caracterizada da seguinte maneira:

- Forte – indicada pelo uso do verbo ser ou ter, por certos verbos no presente, pela presença de certos advérbios, tais como absolutamente e definitivamente;
- Média – Verbos que indicam a iminência, o parcial, o provável (ele vai tentar) e por outros tempos que não sejam o presente;
- Fraca – relação hipotética, apenas esboçada, ou pela presença de advérbios do tipo ligeiramente, ocasionalmente.

O procedimento de Análise de Avaliação configura-se, precisamente, por duas etapas de análise, em que identificamos: (a) os Objetos de Atitude, expressos por pessoas, ideias, grupos e acontecimentos - frequentemente constituídos por substantivos (ex.: Brasil, a Esquerda, o PT) ou os pronomes pessoais (ex.: eu, tu, ele); e (b) os Termos Avaliativos, presentes sintaticamente como predicados - compostos principalmente por adjetivos (ex.: honesto), substantivos (ex.: bondade), advérbios (ex.: lealdade) e verbos (ex.: ameaçar).

Com efeito, identificados os emissores e respectivos receptores de interação e as temáticas que foram objeto dessas interações, e verificamos finalmente o sentido em que elas ocorreram, ou seja, a valência e a intensidade conforme exemplo no Quadro 5. Concluído o processo de codificação e classificação das interações estratégicas, passamos à contagem da frequência das interações emitidas por cada candidatura no HGPE. Como ressalta Bardin

¹⁹ Esta análise não deve ser confundida de modo algum com a nomenclatura das categorias temáticas do MARPOR. Estas, como observadas no Quadro 3, apresentam temáticas com variação em positivas ou negativas. No entanto, não se trata de valência. O que o MARPOR quer especificar por positivo ou negativo é a defesa ou a não defesa de uma determinada temática pelo partido.

(2002), em Análise de Conteúdo a frequência é a principal técnica de aferição da importância de um objeto.

Quadro 5 – Exemplo de classificação das UA a partir da interação estratégica

Documento	Manifesto*	HGPE**
Emissor	PDT	PODEMOS
Orador	Partido	Candidato
Direção	Direta	Indireta
Receptor	Governo	PT
Temática	Economia – Nacionalização	Corrupção Política
Valência	Negativo	Negativo
Intensidade	NA	Média
Tempo	NA	5s
Unidade Codificada	Para manter o controle de nossos recursos naturais estratégicos, todos os campos de petróleo brasileiro vendidos ao exterior pelo Governo Temer após a revogação da Lei de Partilha serão recomprados, com as devidas indenizações.	Agora tem gente visitando a minha cidade para homenagear o político preso (LULA); bandeira do PT na imagem

*No exemplo do manifesto, a temática possui referência ao domínio e à categoria do MARPOR.

**O segmento do HGPE é obtido após o processo de decupagem audiovisual.

Legenda: NA = não se aplica.

Fonte: Elaboração própria.

Compreender o formato das interações estratégicas é tão importante quanto entender seu conteúdo. Assim, as candidaturas constituem um bloco de análise em que as redes de interação formadas entre emissores e receptores podem ser verificadas. Os métodos de análise de redes sociais podem ser classificados em duas grandes categorias. De um lado, aqueles que permitem uma abordagem relacional, que focam nas conexões diretas e indiretas entre os atores, de outro lado, aqueles que permitem uma abordagem posicional, que focam na natureza das ligações de grupos de atores e terceiros. A primeira abordagem permite identificar tendências sociais, tais como coesão e influência, que provocam o agrupamento de atores em subgrupos (Grafo 1, 2 e 3, enquanto que a segunda (Gráfico 2 e 3) permite identificar generalizações sobre o comportamento e estrutura social (EMIRBAYER e GOODWIN, 1994).

Através da primeira abordagem, ao se analisar as conexões diretas e indiretas da rede, pode-se olhar para as propriedades relacionadas à sua estrutura e conectividade, ou tentar obter tendências sociais decorrentes desta estrutura, ou ainda identificar como se formam subestruturas na rede. Diversas propriedades podem ser obtidas e analisadas considerando-se a estrutura e conectividade da rede, expressas pelo seu tamanho, grau, densidade, alcançabilidade, distância, diâmetro, fluxo, coesão e influência (SCOTT, 1991; WASSERMAN; FAUST, 1994; HANNEMAN; RIDDLE, 2005).

Para a representação gráfica das interações entre as candidaturas utilizamos o *software Gephi 0.9.2*, que possibilita a construção de redes através da identificação de “nós” e “arestas”. A tabela de nós consiste em tornar unívoco cada um dos valores. Na nossa amostra foram identificados 15 “nós”, correspondentes às 13 candidaturas, mais o GOVERNO e OUTRO. A tabela de arestas consiste em informar para o *software* cada um dos relacionamentos existentes entre a “*Source*” e o “*Target*”. Desse modo, na coluna “*Source*” inserimos os dados identificados como “Emissor”. Por sua vez, na coluna “*Target*”, inserimos os dados identificados como “Receptor”. Informamos ainda na tabela de arestas o “*Type*” de direção da interação, que assumiu valores identificados como “*Directed*” ou “*Indirected*”. Finalmente, na coluna “*Weight*” da tabela de arestas informamos a espessura da interação, que na nossa amostra é representada pelo tempo de exposição da interação no HGPE. A planilha de arestas contém 819 linhas, ou seja, representam as 819 interações entre as candidaturas.

No próximo capítulo passaremos para a discussão dos dados após a aplicação dos métodos descritos. Para tornar mais clara a visualização dos resultados e achados, a Tabela 3 condensa os valores totais dos bancos de dados construídos após a aplicação dos métodos de análise nos dois materiais.

Tabela 3 – Número total de UA

Técnica de Análise de Conteúdo	Tipo de Classificação	Crítérios	Manifesto (quase-sentenças)	HGPE (quase-sentenças)	Total (quase-sentenças)
Análise Categorical	Temática (semântica)	Categorias do MARPOR	6483	1602	8085
Análise Categorical	Temática (semântica)	Categoria (305) do MARPOR	501	310	811
Análise de Avaliação (segmentos)	Atores em interação; ator responsável pela mensagem (orador); direção; intensidade (qualitativa); intensidade (extensão quantitativa); forma de interação	Emissor e receptor; ator responsável pela mensagem (orador); positiva, negativa e neutra; forte, média e fraca; número de palavras e tempo (s) no vídeo; direta e indireta	501	819	1320

Fonte: Elaboração própria.

5 ÊNFASES TEMÁTICAS E INTERAÇÃO ESTRATÉGICA NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018

Os manifestos de campanha e os vídeos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, disponíveis para consulta pública *online*, *respectivamente* na plataforma *DivulgaCand* do TSE e no endereço eletrônico do *DataPoder360*, foram coletados, conferidos e analisados, seguindo o critério científico necessário para o procedimento metodológico a que esta análise recorre, a fim de produzir confiabilidade, precisão e discussão crítica.

Partindo de uma análise individual dos manifestos e dos programas veiculados no HGPE durante o primeiro turno das eleições, passamos para a compreensão conjunta do espaço de competição partidária das 13 candidaturas. Conseguimos identificar as ênfases programáticas, cujos resultados permitiram produzir inferências sobre algumas características da direita e da esquerda no Brasil, como também produzir uma comparação prévia entre as especificidades brasileiras e as da Europa, dentro dos limites impostos ao processo de análise e ao pesquisador.

Por fim, nossos resultados apresentam alguns indicativos que auxiliam a compreensão sobre o comportamento e os padrões de interação estratégica na competição brasileira. Deste modo, ao identificarmos a forma como foi configurada a rede de interações estratégicas entre as candidaturas nas eleições presidenciais de 2018, ressaltamos alguns pressupostos para o debate que investiga em que medida a quebra da tradicional polarização entre PT e PSDB, viabilizada pela vitória presidencial de Jair Bolsonaro, ocorreu também no HGPE, através da interação indireta entre as demais candidaturas.

5.1 Ênfases temáticas no manifesto de campanha

A codificação dos manifestos foi realizada individualmente por dois pesquisadores. Para testar a confiabilidade das classificações realizadas utilizamos o índice *Kappa (k) de Cohen* (1960). O *índice k* é um coeficiente de concordância para escalas nominais que remove o efeito de coincidências aleatórias. Este varia de -1 (quando todas as classificações divergem) a 1 (quando todas as classificações são idênticas). Quando em 0, o índice aponta que a proporção de concordâncias se limita à proporção de coincidências aleatórias. O *índice k* de concordância das classificações dos dois pesquisadores foi de 0,91, faixa considerada excelente pela literatura (FOODY, 2020). Essa contribuição, após recorte específico do escopo deste trabalho, resultou em publicação em dossiê temático sobre o papel recente das direitas na América Latina, pela

revista Agenda Política (GREGORIO; CONTRERA, 2020). Assim, a análise aqui desenvolvida é baseada na codificação realizada por este autor, o pesquisador 1.

Esses materiais passaram pelas três etapas de exploração de material delineadas por Bardin (2002). Sendo assim, a partir da análise das frequências das temáticas mobilizadas pelos partidos procuramos evidenciar não somente os assuntos mais salientes em cada candidatura, mas também contrastá-los com o cenário internacional de crescimento do discurso conservador e, por fim, construir um debate acerca do cenário nacional seja pela retomada de elementos da direita do período militar ou na configuração de uma estratégia recente e com características específicas inerente à uma nova direita.

A análise dos manifestos das 13 candidaturas proporcionou um universo de 6483 quase-sentenças pertencentes a cada uma das 56 categorias do MARPOR. De modo geral, essa distribuição fornece um panorama sobre o comportamento das candidaturas em grandes domínios políticos. Já a análise padronizada das frequências, em particular, estabelece uma interpretação mais significativa de seu comportamento individual na arena eleitoral ao indicar quais temáticas são priorizadas em seu programa de governo.

Tabela 4 – Frequência temática nos 7 domínios do MARPOR no manifesto (%)

	Relações Exteriores	Liberdade e Democracia	Sistema Político	Economia	Bem-estar e Qualidade de Vida	Princípios da Sociedade	Grupos Sociais	Não Codificável (N/C)	Total
DC	4,67	4,67	18,69	14,95	33,64	14,02	6,54	2,80	100%
MDB	7,02	7,60	38,01	16,37	19,88	8,19	2,92	-	100%
NOVO	1,20	10,00	39,20	21,20	21,60	3,60	2,80	0,40	100%
PATRIOTA	6,84	1,58	29,47	23,68	11,58	15,26	5,26	6,32	100%
PODEMOS	0,75	16,42	26,87	32,09	16,42	2,24	3,73	1,49	100%
PSDB	3,03	-	27,27	22,73	30,30	9,09	7,58	-	100%
PSL	6,14	8,85	24,57	29,24	12,04	13,02	4,18	1,97	100%
PDT	10,89	0,93	11,95	28,55	25,76	6,64	13,55	1,73	100%
PPL	4,14	3,45	12,07	28,97	29,31	5,17	12,41	4,48	100%
PSOL	6,89	13,11	11,95	24,25	28,71	5,62	8,86	0,61	100%
PSTU	3,76	3,76	17,29	42,86	7,52	6,02	18,80	-	100%
PT	3,74	9,54	20,56	26,87	24,89	5,65	7,86	0,88	100%
REDE	3,72	6,20	17,67	24,65	31,47	3,26	9,15	3,88	100%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados dos manifestos pelo método do MARPOR (2020).

A Tabela 4 permite identificar, comparativamente, através de grupos de domínios políticos, a incidência e as prioridades temáticas assumidas pelas 13 candidaturas. Percebemos uma maior concentração nos domínios “Sistema Político”, “Economia” e “Bem-estar e Qualidade de Vida”, indicando o apelo que os partidos desempenharam na campanha de 2018.

De forma complementar, a análise detalhada das frequências para cada uma das 56 categorias serve de material adicional para exploração ao leitor interessado nas particularidades dessas inferências (Anexo 1).

Em relação ao “Sistema Político” podemos constatar que, em sua grande maioria, foram frequentes as temáticas vinculadas à “Eficácia Administrativa e Governamental” (303) e “Autoridade Política” (305), direcionadas a governos e atores políticos de gestões anteriores. Esses foram responsabilizados por políticas públicas, modelos administrativos e regras institucionais falhas, muitas vezes associadas a práticas de corrupção. Esses determinados temas foram os principais mobilizados principalmente por partidos cujas coligações orbitaram da centro-direita à direita, como DC, MDB, NOVO, PATRIOTA, PODEMOS, PSDB e PSL. Embora também por partidos como PDT e REDE, cujas coligações oscilam da centro-esquerda a esquerda.

Em relação ao domínio da “Economia” observamos a saliência de temáticas no eixo de “Tecnologia e Infraestrutura” em quase todas as candidaturas, sendo que a ênfase dada por PATRIOTA e PSL remete a novos programas de infraestrutura, principalmente em obras de construção civil e de rede de transportes. Já MDB, PDT e REDE, reforçam a retomada de obras e programas de infraestrutura iniciados em governos anteriores, com avaliação positiva na opinião pública, em que os respectivos candidatos ocupavam cargos em ministérios estratégicos e foram responsáveis ou parcialmente responsáveis por sua implementação.

Outro destaque no domínio de “Economia” é o debate sobre o tamanho e papel Estado, com candidaturas oscilando entre “Ortodoxia Econômica” (414), com destaque para o PSL, e de “Gerenciamento Keynesiano de Demanda” (409), em PT, PPL, PSOL e PSTU - acentuado pela ênfase em ideologias marxistas (415). As medidas econômicas de viés ortodoxo são caracterizadas por reformas estruturais em momentos de crise; pelo incentivo à livre iniciativa (401) e principalmente pela valorização do livre-mercado (407), com a abertura comercial da economia brasileira. Por sua vez, medidas de ordem econômica keynesianas²⁰ preveem uma maior intervenção do Estado na economia, seja por subsídios (406), na regulação de mercado de mercado em prol a valorização de pequenos negócios e aumento da competitividade e concorrência (403) e na melhor distribuição de renda (412).

²⁰ Keynes (1970, 1985) defende três tipos de intervenção do Estado na economia: a política monetária – controle da taxa de juros e eficiência marginal do capital; a política fiscal e de intervenção na distribuição de renda – origina a propensão marginal ao consumo e investimento; e a política de gastos públicos, para regular a demanda efetiva.

No domínio relacionado ao “Bem-estar Social e Qualidade de Vida” prevaleceu, em frequência, a categoria que defende sua expansão (504). Possui destaque em todas as candidaturas, mas dentre o total de categorias de seus respectivos manifestos, assumiu a maior incidência em DC, PDT, PSOL e REDE. Ressaltamos que apenas no PSL foram identificadas posições que suportam a limitação do bem-estar e da educação (506). Ainda assim, as frequências de limitação no PSL foram consideravelmente menores que as de expansão, tanto do bem-estar social quanto da educação. Esses dados indicam que mesmo entre os partidos brasileiros de direita prevalece a defesa do estado de bem-estar (CONTRERA; CASSOTTA; HEBLING, 2018), elemento central de discussão democracias recentes e que demonstra certa congruência dos partidos na captura das demandas da sociedade em suas agendas.

Não menos relevante, priorizadas por algumas candidaturas, destacamos: “Lei e Ordem” (605) – DC, MDB e PSDB, “Moralidade Tradicional Positivo” (603) – PSL e PATRIOTA, e “Constitucionalismo Negativo” (204) – NOVO e PODEMOS, alinhadas ao conservadorismo e ao sentimento antipolítica, com chamada para uma Reforma Política profunda e transversal; e “Cultura” (502) – PSOL, e “Justiça Social” (503) – PSTU, PPL e DC, alinhadas a valores progressistas, de valorização de classes e reparação histórica.

De forma a complementar, aplicamos o índice de *Nihans* ao conjunto de dados analisados a fim de permitir uma melhor demonstração da distribuição de acordo com a importância relativa entre as categorias. O índice de *Nihans*, conforme descreve para Contador (2008), é utilizado para separar um conjunto homogêneo de itens quantificados, estabelecendo os limites em três classes. A classe A reúne categorias com maior destaque em cada manifesto, a classe B é intermediária, e a Classe C agrupa as demais categorias. Sua fórmula é expressa da seguinte forma:

$$Np = \frac{\sum X^2}{\sum X}$$

Onde:

Np = limite da categoria.

x^2 = o quadrado do valor das ocorrências.

x = o valor das ocorrências.

Tabela 5 – Frequência limite para as classes conforme índice de *Nihans*

Candidatura	Categorias – Classe A	Categorias – Classe B	Categorias – Classe C (abaixo de)
DC	7,45%	3,53%	3,53%
MDB	12,07%	3,98%	3,98%
NOVO	10,51%	4,00%	4,00%
PATRIOTA	8,75%	6,60%	6,60%
PODEMOS	6,33%	3,63%	3,63%
PSDB	9,64%	5,51%	5,51%
PSL	5,01%	3,01%	3,01%
PDT	4,99%	2,50%	2,50%
PPL	5,73%	3,19%	3,19%
PSOL	4,78%	2,48%	2,48%
PSTU	9,92%	5,62%	5,62%
PT	5,29%	2,84%	2,84%
REDE	5,27%	3,13%	3,13%

Fonte: Elaboração própria a partir dos manifestos pelo método do MARPOR (2020).

Como um dos objetivos secundários de nossa análise é estimar o posicionamento ideológico dos partidos na escala esquerda-direita, identificamos na literatura classificações ideológicas realizadas por especialistas, para que fosse estabelecido um ponto de comparação com nossos achados. A este respeito, Babireski (2016) classifica PSL e DC à direita no espectro ideológico. Codato *et al.* (2018) adiciona a esta lista PATRIOTA e PODEMOS. Especificamente, eles classificam PATRIOTA e DC como confessionais de direita. Já o PODEMOS e PSL são classificados²¹, respectivamente, como personalista e secular de direita. Ademais, os autores pontuam que o NOVO seria representante de uma concepção de direita libertária.

Com efeito, há grande consenso na literatura em classificar MDB e PSDB ao centro (COPPEDGE, 1997; MAINWARING *et al.*, 2000; RODRIGUES, 2002; WIESEHOMEIER; BENOIT, 2007; POWER; ZUCCO JR., 2009; ZUCCO JR, 2011). Em 2018, contudo, suas coligações orbitaram à centro-direita. Para Codato *et al.* (2018), Meirelles (MDB) pode ser considerado um político representante da direita neoliberal. Ademais, seu parceiro de coligação, o PHS, é classificado pelos autores como confessional de direita. A coligação de Alckmin (PSDB), por sua vez, é formada por cinco partidos (PP, PTB, PSD, PR e DEM) seculares de

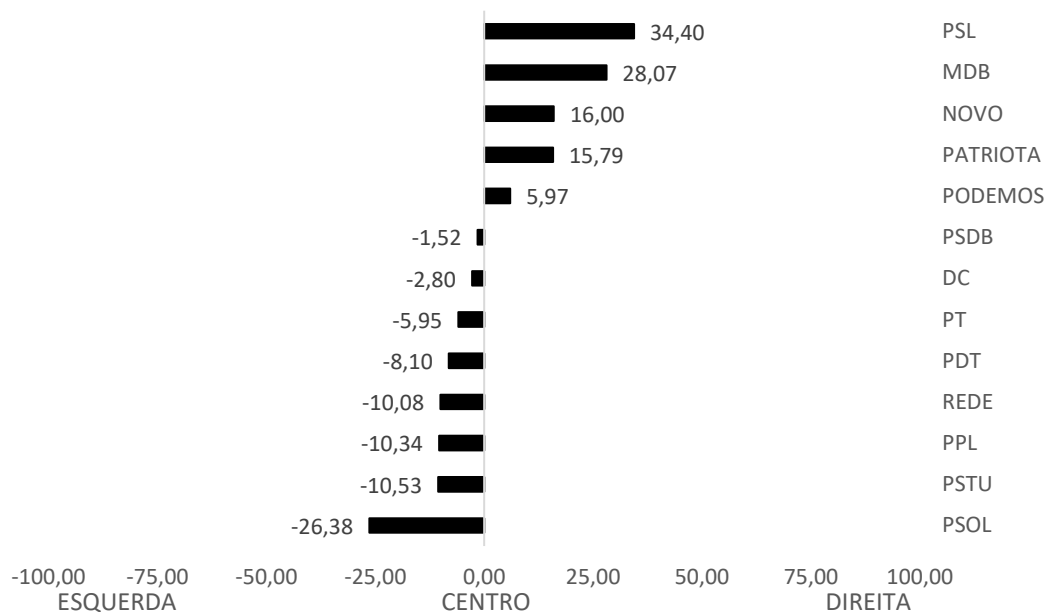
²¹ PSC, PRP e PTC, membros da coligação do PODEMOS, são classificados à direita e o PRTB, parceiro de chapa do PSL, é classificado como direita e secular de direita (BABIRESKI, 2016; CODATO *et al.*, 2018).

direita, por um partido confessional de direita (PRB), por um personalista (SD) e por um secular de centro (PPS).

Por outro lado, PSTU e PSOL têm sido classificados pela literatura à extrema-esquerda (POWER; ZUCCO JR, 2009; SILVA *et al.*, 2013; TAROUCO; MADEIRA, 2015). O PT tem sido historicamente posicionado à esquerda (COPPEDGE, 1997; MIGUEL; MACHADO, 2007; POWER; ZUCCO JR, 2009; SILVA *et al.*, 2013; TAROUCO; MADEIRA, 2015). O PDT, por sua vez, tem sido classificado à esquerda (LIMA JR., 1993; FIGUEIREDO; LIMONGI, 1999; PARANHOS, 2009) e à centro-esquerda (COPPEDGE, 1997; MAINWARING, 2001; MIGUEL; MACHADO, 2007; POWER; ZUCCO JR, 2009). Recentemente, o PPL foi posicionado à esquerda (CODATO *et al.*, 2018) e a REDE SUSTENTABILIDADE foi posicionada à centro-esquerda (BOLOGNESI *et al.*, 2019).

Utilizando como referência a escala esquerda-direita do MARPOR posicionamos todas as 13 candidaturas analisadas dentro desse espaço ideológico. Em suma, os resultados da análise dos manifestos demonstraram que a tendência da grande maioria das candidaturas é uma orientação ao centro, oscilando entre centro-direita e centro-esquerda no espaço ideológico. Os dados completos podem ser verificados no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Posicionamento dos partidos na escala RILE nos manifestos



Fonte: Elaboração própria a partir dos manifestos de campanha pelo método MARPOR (2018).

Especificamente, PSDB e DC posicionaram-se à centro-esquerda, devido à forte ênfase que manifestaram em relação às políticas de expansão do estado de bem-estar social (504). Por sua vez, PODEMOS, NOVO, PATRIOTA e MDB posicionam-se à centro-direita, em consonância com classificações prévias encontradas na literatura (CODATO *et al.*, 2018), à exceção do último, recorrentemente classificado ao centro. Por fim, o PSL, então partido de Jair Bolsonaro, posicionou-se mais à direita, distanciando-se dos demais partidos neste espectro ideológico. No outro extremo, o PSOL, com uma candidatura formada com o PCB, configura como uma força à esquerda capaz de mobilizar uma agenda mais progressista e de inclusão, com a ampliação da participação da sociedade na definição de políticas - representação segmentada de grupos sociais minoritários.

Visando a padronização nesta discussão e análise de dados, aplicamos a mesma técnica metodológica de MARPOR sobre a saliência de temáticas e grandes domínios de políticas no texto obtido pelo processo de decupagem dos vídeos do HGPE.

5.2 Ênfases temáticas no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral

Neste mesmo caminho, a categorização do texto proveniente da decupagem do HGPE originou 1169 quase-sentenças. Em relação ao texto do HGPE, “Sistema Político” e “Bem-estar e Qualidade de Vida” também se configuram como os principais domínios salientados pelas candidaturas, embora domínios como “Princípios da Sociedade” e “Liberdade e Democracia” também estejam entre os mais mobilizados, ocupando o lugar de destaque que “Economia” representa em relação a análise dos manifestos. Assim, o Tabela 6 permite identificar, comparativamente através de grupos de domínios políticos, a incidência e as prioridades temáticas assumidas pelas 13 candidaturas.

Tabela 6 – Frequência temática nos 7 domínios do MARPOR no HGPE (em%)

	Relações Exteriores	Liberdade e Democracia	Sistema Político	Economia	Bem-estar e Qualidade de Vida	Princípios da Sociedade	Grupos Sociais	Não Codificável (N/C)	Total
DC	-	8,33	8,33	-	8,33	58,33	-	16,67	100%
MDB	-	7,51	45,05	15,36	13,31	12,97	-	5,80	100%
NOVO	-	50,00	10,00	-	-	-	-	40,00	100%
PATRIOTA	-	25,00	25,00	-	-	50,00	-	-	100%
PODEMOS	-	4,71	68,24	-	2,35	5,29	-	19,41	100%
PSDB	3,04	3,64	49,19	8,50	17,21	13,16	4,25	1,01	100%
PSL	-	-	-	-	-	71,43	-	28,57	100%

PDT	-	-	33,87	21,77	26,61	1,61	-	16,13	100%
PPL	-	12,50	-	12,50	-	25,00	-	50,00	100%
PSOL	-	13,56	18,64	6,78	18,64	8,47	11,86	22,03	100%
PSTU	-	29,82	7,02	50,88	1,75	3,51	1,75	5,26	100%
PT	2,69	9,09	13,47	9,76	48,82	3,37	4,71	8,08	100%
REDE	-	3,33	8,33	-	45,00	10,00	10,00	23,33	100%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do HGPE pelo método MARPOR (2018).

Em concordância com a descrição e análise anterior de manifestos sob o domínio do “Sistema Político”, constatamos no texto do HGPE uma maior atenção de temáticas vinculadas à “Eficácia Administrativa e Governamental” (303) e “Autoridade Política” (305). Nessas categorias, o predomínio encontrado está ao se referir a governos e atores políticos de gestões anteriores, responsabilizados por políticas públicas, modelos administrativos e regras institucionais falhas, muitas vezes associadas a práticas de corrupção. De forma similar, no domínio “Bem-estar e Qualidade de Vida” há uma atenção significativa sobre a expansão tanto do bem-estar quanto da educação. Destacamos o PSOL com ênfase em “Justiça Social” (503).

Em relação ao domínio de “Princípios da Sociedade”, destacamos a grande ênfase que DC, PATRIOTA e, principalmente PSL atribuem na defesa de valores tradicionais e morais (603). Reproduzindo um discurso conservador nos costumes, de supressão de direitos conquistados por grupos minoritários (705) e, muitas vezes, articulam uma narrativa contrária aos princípios Constitucionais da liberdade religiosa e da divisão entre Estado e religião. O PSDB, por fim, encontramos uma ênfase maior sobre “Lei e Ordem”, com um maior suporte às polícias e para o aumento da repressão policial, bem como no enrijecimento de leis.

Em contrapartida, no domínio de “Liberdade e Democracia”, há um destaque em entre NOVO, PODEMOS, PSOL E PSTU sobre a necessidade de uma Reforma Política estrutural, a fim de reverter o quadro de privilégios na classe política e de coibir, de maneira eficaz, a corrupção. Por sua vez, PPL e DC recorrem à Constituição de forma positiva e priorizam um discurso favorável aos princípios e valores democráticos. Por fim, PSOL e REDE mobilizam um discurso mais plural aos grupos sociais por sustentar programas de apoio à grupos minoritários como mulheres, negros, índios, juventude e comunidade LGBTQI+, entre outros.

Tabela 7 – Frequência limite para as classes conforme índice de *Nihans*

Candidatura	Categorias – Classe A	Categorias – Classe B	Categorias – Classe C (abaixo de)
DC	38,89%	11,67%	11,67%

MDB	13,66%	8,66%	8,66%
NOVO	42,00%	34,00%	34,00%
PATRIOTA	37,50%	25,00%	25,00%
PODEMOS	30,68%	12,38%	12,38%
PSDB	15,81%	8,53%	8,53%
PSL	34,69%	28,57%	28,57%
PDT	14,84%	6,01%	6,01%
PPL	34,38%	18,75%	18,75%
PSOL	11,46%	7,87%	7,87%
PSTU	28,35%	6,14%	6,14%
PT	14,99%	6,72%	6,72%
REDE	13,11%	6,67%	6,67%

Fonte: Elaboração própria a partir do HGPE pelo método do MARPOR (2020).

Deste modo, apresentamos no Quadro 6 as principais categorias (Grupo A e B) nos manifestos e no HGPE para cada candidatura, conforme os valores limites verificados para as classes de acordo com a Tabela 5 e 7.

Quadro 6 – Classes de categorias para as candidaturas pelo índice de *Nihans*

Candidatura	Manifesto (categorias)		HGPE (categorias)	
	Classe A	Classe B	Classe A	Classe B
DC	504 (15,89%) 303 (13,08%) 503 (8,41%) 605 (7,48%)	411 (6,54%) 506 (5,61%) 402 (4,67%) 203 (4,67%) 704 (3,74%)	603 (58,33%)	
MDB	305 (28,65%) 504 (12,28%)	303 (8,19%) 605 (7,02%) 411 (5,26%)	305 (25,26%) 303 (14,33%)	504 (12,29%) 601 (11,60%) 408 (10,24%)
NOVO	305 (21,60%) 303 (14,00%) 504 (13,60%)	204 (7,20%) 506 (5,60%) 401 (5,20%) 407 (4,40%) 408 (4,00%)	204 (50,00%)	000 (40,00%)
PATRIOTA	303 (19,47%) 411 (11,05%) 305 (10,00%)	603 (7,89%) 000 (6,32%) 504 (5,79%) 506 (5,79%) 408 (5,26%) 605 (4,74%)	603 (50,00%)	201 (25,00%) 304 (25,00%)
PODEMOS	204 (11,19%) 303 (11,19%) 504 (9,70%) 305 (6,72%) 408 (6,72%)	416 (5,97%) 304 (5,22%) 407 (5,22%) 411 (5,22%) 202 (3,73%) 301 (3,73%) 401 (3,73%)	304 (49,41%)	000 (19,41%) 305 (13,53%)

PSDB	303 (21,21%) 504 (12,12%)	410 (9,09%) 501 (9,09%) 605 (9,09%)	305 (31,58%)	303 (15,59%) 504 (14,98%)
PSL	303 (12,29%) 401 (6,14%) 411 (6,14%) 305 (5,90%) 414 (5,90%) 605 (5,41%)	201 (4,91%) 504 (4,91%) 403 (4,42%) 203 (3,69%) 304 (3,69%) 104 (3,19%) 703 (3,19%)	603 (42,86%)	000 (28,57%) 601 (28,57%)
PDT	504 (11,16%) 706 (7,84%) 303 (7,04%) 506 (6,77%) 411 (6,64%) 414 (6,11%)	503 (4,38%) 104 (4,25%) 605 (4,12%) 416 (3,98%) 406 (2,79%) 107 (2,66%) 705 (2,52%)	504 (23,39%) 305 (20,97%) 000 (16,13%)	303 (8,06%) 411 (8,06%) 414 (6,45%)
PPL	503 (12,07%) 305 (10,00%) 409 (7,59%) 506 (7,24%) 504 (5,86%)	411 (5,52%) 413 (5,52%) 703 (5,17%) 000 (4,48%) 416 (3,45%) 605 (3,45%)	000 (50,00%)	601 (25,00%)
PSOL	504 (11,24%) 403 (7,19%) 202 (6,84%) 502 (5,92%) 409 (5,72%) 305 (5,42%) 503 (5,01%)	303 (4,30%) 705 (4,05%) 506 (3,95%) 415 (3,44%) 411 (3,09%) 201 (2,89%) 501 (2,58%) 604 (2,53%)	000 (22,03%) 503 (11,86%)	204 (10,17%) 305 (10,17%) 706 (10,17%) 604 (8,47%)
PSTU	415 (21,80%) 305 (12,03%)	413 (9,02%) 409 (8,27%) 503 (7,52%) 701 (6,77%)	414 (42,11%) 204 (29,82%)	415 (8,77%) 305 (7,02%)
PT	305 (11,75%) 504 (9,03%) 416 (8,81%) 202 (5,65%) 409 (5,65%)	411 (5,14%) 503 (4,48%) 506 (4,48%) 301 (3,96%) 303 (3,67%) 501 (3,52%) 502 (3,38%) 605 (3,38%)	504 (32,32%)	506 (12,12%) 000 (8,08%) 202 (7,41%) 303 (6,73%) 305 (6,73%)
REDE	504 (12,56%) 416 (7,60%) 303 (8,84%) 502 (5,27%)	411 (5,12%) 503 (5,12%) 506 (4,34%) 501 (4,19%) 000 (3,88%) 414 (3,72%) 706 (3,57%) 703 (3,26%)	000 (23,33%) 504 (16,67%) 506 (13,33%)	503 (11,67%) 706 (10,00%)

Legenda: Cores iguais em cada candidatura representam a predominância destas categorias em ambos materiais.

Fonte: Elaboração própria a partir do manifesto e do texto do HGPE.

Em suma, os resultados da análise das temáticas do HGPE nos permitiram acrescentar pontos essenciais aos discutidos pela análise dos manifestos. Assim, ao invés de isolarmos a discussão somente entre um documento programático como o manifesto, podemos compreender como as temáticas necessariamente mais favoráveis para as candidaturas foram mobilizadas em outro espaço da disputa eleitoral. De forma complementar, a análise detalhada das frequências para cada uma das 56 categorias serve de material adicional para exploração ao leitor interessado nas particularidades dessas inferências (Anexo 2).

Ademais, o índice RILE não foi aferido para o HGPE pois tal material não se configura tradicionalmente como *locus* de competição ideológica (MADEIRA; TAROUÇO, 2011; TAROUÇO; MADEIRA, 2015; MADEIRA *et al.*, 2017). Após a aplicação do método do MARPOR nos dois materiais percebemos uma grande ênfase em partidos como PSTU, PSOL e PPL na categoria “Autoridade Política” (305), principalmente no HGPE. Tais candidaturas menores, conforme a distribuição e fragmentação do tempo do HGPE prevista na legislação eleitoral, receberam poucos segundos para divulgação. Deste modo, com tempo insuficiente para explicar alguma política de sua agenda, optaram por interagir com outra candidatura, ressaltando algum tema prejudicial às candidaturas receptoras.

Esses indicativos de nossos resultados, acompanham as discussões na literatura que analisa as limitações na aplicação deste método (MADEIRA; TAROUÇO, 2011; TAROUÇO; MADEIRA, 2015; MADEIRA *et al.*, 2017; VIZONÁ, 2019) e permitem abrir uma nova discussão sobre as categorias de MARPOR. Tal enfoque proporciona uma discussão mais precisa sobre as estratégias mobilizadas na interação e dos padrões da disputa nas eleições presidências de 2018. Assim, na próxima seção desenvolvemos uma análise mais precisa sobre as interações que se formaram.

5.3 Confrontação direita ou saliência: a ênfase do discurso no manifesto e no HGPE

A caracterização no espectro ideológico, contudo, não pode ser mensurada apenas pela escala produzida pelo MARPOR (BUDGE *et al.*, 2001; KLINGEMANN *et al.*, 2007), historicamente situada e, em certo sentido, focada na realidade europeia. Assim, categorias consolidadas como de direita e de esquerda para o contexto europeu, no cenário da competição brasileira produzem significado menor. Em sua composição possui, por exemplo, elementos constitutivos da posição política de esquerda como a defesa do internacionalismo e a busca da paz entre países, e, entre os elementos da posição política de direita a defesa do constitucionalismo e de liberdades e direitos humanos.

Para Madeira e Tarouco (2011), esses critérios fazem pouco sentido na política de países ex-colônias, pois não passaram pelos mesmos processos históricos revolucionários que moldaram a política nos países europeus. Ao mesmo tempo, em todos os partidos brasileiros, inclusive os posicionados à direita, as referências à democracia nos manifestos são extensas e numerosas. Para tanto, os autores questionam as categorias que compõem aquela escala e defendem sua adequação às especificidades dos partidos brasileiros, pretendendo-se chegar a uma combinação alternativa de categorias e a uma escala específica que possa identificar de forma mais fiel os partidos políticos brasileiros.

Destarte, para obtermos uma caracterização mais precisa ao nosso cenário, do universo de 56 categorias do MARPOR, realizamos testes de diferença de proporção para investigar se as ênfases mobilizadas pelos partidos variam significativamente entre os domínios aferidos no manifesto e no HGPE para cada candidatura. Isso posto, verificamos também quais categorias se apresentam mais distantes da média da distribuição e, em efeito, quais temáticas específicas os partidos salientam (*issue ownership*) conforme o adversário não é diretamente mencionado (interação e/ou confrontação com outros atores políticos). Para verificarmos a hipótese se existe ou não diferença estatisticamente significativa entre as proporções (médias) entre as duas amostras – manifesto e HGPE – para cada candidatura, recorreremos a construção do teste z segundo as seguintes hipóteses:

- $H_0 : \mu(\text{manifesto}) = \mu(\text{HGPE})$; não há diferença significativa entre as amostras.
- $H_1 : \mu(\text{manifesto}) \neq \mu(\text{HGPE})$; há diferença significativa entre as amostras.

Conforme a estatística é dada pela seguinte expressão:

$$Z_{calc} = \frac{X - \mu}{\frac{\sigma}{\sqrt{n}}}$$

Onde:

X = média da amostra.

μ = média das observações.

σ = desvio padrão da amostra.

n = tamanho da amostra.

De acordo com Vieira (2010), sob a hipótese de nulidade, a regra de decisão para o teste z bilateral, com nível de significância padrão $\alpha = 0,05$ é expresso por:

- Valor de z calculado é menor do que o limite z crítico (tabelado): não rejeita H_0 .
- Valor de z calculado é maior do que o limite z crítico (tabelado): rejeita H_0 .

A análise de dados para o teste foi realizada para cada uma das candidaturas e segue completa no Anexo 3. Em suma, para todas as candidaturas os valores de z calculados foram inferiores ao limite crítico. Sendo assim, não podemos rejeitar a H_0 . Este resultado nos permite assumir que não há diferenças estatísticas significativas entre as distribuições de categorias do manifesto e HGPE para cada candidatura. Isto é, comparativamente, com as ênfases temáticas mobilizadas pelos partidos nos dois documentos possuem distribuição sem diferenças significativas. Destacamos ainda que há predomínio em salientar temas que são tradicionalmente favoráveis aos partidos e/ou que se encontram em alta na opinião pública no recente cenário da disputa. Entre os sete domínios que conformam a escala de MARPOR, a seleção de categorias para a elaboração de indicador alternativo recorreu ao critério de maior incidência entre todas as candidaturas. Levou em consideração tanto os debates teóricos contemporâneos quanto elementos históricos presentes na formação dos partidos brasileiros, como elementos representativos da direita e, por contraste, que se adequam à esquerda.

Posteriormente realizamos o teste de hipótese Qui-quadrado (X^2) responsável por investigar a aderência a independência e a homogeneidade entre duas proporções e distribuições. Conforme destaca Cervi (2017), recorreremos a construção do teste z segundo as seguintes hipóteses:

- $H_0 : \mu_o = \mu_e$; não há diferença significativa entre as amostras.
- $H_1 : \mu_o \neq \mu_e$; há diferença significativa entre as amostras.

Onde:

μ_o = frequências observadas.

μ_e = frequências esperadas.

Conforme a estatística é dada pela seguinte expressão:

$$X^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$$

Onde:

X^2 = valor de qui-quadrado.

Fo = frequência observada na amostra.

Fe = frequência esperada na amostra.

$Fo - Fe$ = resíduos brutos.

De acordo com Vieira (2010), sob a hipótese de nulidade, a regra de decisão para o teste X^2 , com nível de significância padrão $\alpha = 0,05$ é expresso por:

- Valor de X^2 calculado é menor do que o limite crítico (tabelado): não rejeita H_0 .
- Valor de X^2 calculado é maior ou igual ao limite crítico (tabelado): rejeita H_0 .

Após a aplicação do teste em cada um dos domínios aferimos que em todas as candidaturas o valor de X^2 calculado foi maior que o valor de limite crítico (Anexo 4). Tal resultado implica que podemos rejeitar a H_0 , fato que indica que há diferenças significativas entre as amostras, as variáveis não são independentes. Isto é, existe alguma relação entre os manifestos e o HGPE quando observados em relação aos domínios para cada candidatura.

Assim, nossos resultados indicam que não há uma diferença significativa na distribuição amostral de cada documento, embora haja um certo grau dependência entre as temáticas enfatizadas no manifesto e no HGPE em relação a cada uma das candidaturas. Em suma, essa contribuição colabora com o argumento de que os partidos políticos e candidaturas apresentam significativa coesão diante de uma tendência de salientar determinados *issues* ao longo da competição que consideram ter mais vantagens em relação ao eleitorado.

Sendo assim, no domínio das “Relações Exteriores” observou-se a saliência do “Internacionalismo: Positivo” (107) nos manifestos de DC, MDB e PT e do “Fortalecimento Militar: Positivo” (104) no MDB e PDT. Já em “Liberdade e Democracia”, destaca-se a ênfase do PSL em “Liberdade e Direitos Humanos” (201) e de PODEMOS, PSOL e PT em “Democracia” (202). “Constitucionalismo: Positivo” (203) é saliente em DC e PSL, enquanto que “Constitucionalismo: Negativo” (204) ganhou ênfase no NOVO e PODEMOS.

Em relação ao “Sistema Político”, destaca-se a ênfase do PT na “Centralização: Positivo” (301) e, principalmente, a ênfase de 11 dos 13 partidos na categoria “Eficácia

Governamental e Administrativa” (303). Neste grupo estão DC, MDB, NOVO, PATRIOTA, PODEMOS, PSDB, PSL, REDE, PDT, PT e PSOL. Apesar de “Corrupção Política” (304) ser um tema de alto destaque na opinião pública, mídia e partidos, encontramos grande destaque nos manifestos de PODEMOS, PSDB e PSTU.

Cabe ressaltar que os modelos de eficácia administrativa possuem divergência entre partidos de esquerda e direita. Partidos alinhados ideologicamente à centro-esquerda e esquerda priorizam salientam a descentralização do processo decisório e incentivam a participação de diversas frentes da sociedade civil, grupos de interesse locais e regionais, acadêmicos da área e minorias.

Destacamos: “melhoria da integração entre as diversas estruturas organizacionais visando magnificar os efeitos intersetoriais e transversais das políticas públicas” e “conversão das informações governamentais úteis ao controle social à linguagem cidadã” no PDT; “a participação pública ainda possibilitaria a ampliação dos canais de articulação destes importantes atores com as políticas de desenvolvimento produtivo e tecnológico” e “além disso, a tomada de decisão de tais órgãos diretivos deve sempre se dar de forma pública, contando com a participação e audiência dos impactados pelas decisões de gestão da justiça, jurisdicionados das respectivas comarcas, estados ou nacionalmente” no PSOL; “também serão aperfeiçoados os mecanismos de governança das cidades médias e pequenas visando a otimização de recursos públicos e a agilidade nas soluções para problemas de caráter regional ou intermunicipal” e “além disso, vamos ampliar as tecnologias de informação e comunicação para a promoção da participação” no PT; entre outros trechos nas candidaturas de esquerda.

Em contrapartida, partidos de centro-direita e direita tendem a reduzir a eficácia administrativa à simplificação de processos e procedimentos burocráticos, à privatização do serviço e gestão das instituições públicas e, principalmente, na diminuição do controle do Estado sobre as atividades em referência ao controle e regulação do próprio mercado, exemplificados nos trechos: “simplificar e informatizar todo o processo de gestão de mão de obra”, “maior autonomia hospitalar e maior integração entre estabelecimentos públicos e privados” no MDB; “vamos entender que o brasileiro não precisa de um Estado grande porque é pobre, ele é pobre justamente por ter um Estado grande” no NOVO; “combater o desperdício, reduzindo o número de ministérios e cargos públicos e cortando despesas do Estado” no PSDB; “chega de carimbos, autorizações e burocracias”, “nesse sentido, será buscado um modelo de maior participação privada, baseado no interesse público, reduzindo custos e elevando a eficiência” no PSL; entre diversos outras nas variadas candidaturas de direita.

Em relação ao “Bem-estar e qualidade de vida”, a “Proteção Ambiental” (501) é a quarta categoria mais frequente no PSDB e a oitava mais frequente na REDE. A “Cultura” (502) é saliente em PSOL e REDE. A defesa da “Justiça Social” (503) e da “Expansão do Bem-estar social” (504) é saliente em 9 (DC, MDB, PSDB, PDT, PPL, PSOL, PSTU, PT e REDE) e 12 (DC, MDB, NOVO, PATRIOTA, PODEMOS, PSDB, PSL, PDT, PPL, PSOL, PT e REDE) partidos, respectivamente. Por sua vez, a “Expansão da Educação” (506) é saliente nos manifestos de DC, NOVO, PATRIOTA, PDT, PPL, PSOL, PT e REDE. Limitação do Bem-estar e da educação não estão entre as 10 categorias mais frequentes dos 13 partidos.

No domínio “Princípios da Sociedade”, “Lei e Ordem” (605) foi saliente em DC, MDB, NOVO, PATRIOTA, PSDB, PSL, PDT. Por sua vez, em “Grupos Sociais” destaca-se “Classe trabalhadora: positivo” (701) no PSTU; “Agricultura” (703) no PPL; “Classe Média e Grupos Profissionais” (704) no DC e no PATRIOTA; “Grupos minoritários desprivilegiados” (705) em PSDB, PSOL e PSTU; e “Grupos demográficos não econômicos” (706) em PDT e PSTU.

Como variável complementar, por conter elementos de interação de forma menos proeminente, os manifestos partidários também passaram por um procedimento de refinamento de análise. No entanto, verifica-se confrontação na categoria “Autoridade Política” (305). Dentre as 57 categorias de MARPOR, “Autoridade Política” (305), responsável por agrupar as quase-sentenças que realizam menções a outros atores políticos, divide-se em 6 subcategorias que indicam as competências do ator de destino. Em tradução livre, destacamos as que obtiveram frequência na análise dos manifestos e se enquadram ao contexto brasileiro

305.1- Partidos: referência à competência e/ou incompetência para governar de outros partidos. 305.2 - Pessoal: referência à competência e/ou incompetência para governar de candidatos, líderes partidários ou atores políticos. 305.3 - Governo: menções favoráveis sobre a conveniência de um governo forte e/ou estável (MARPOR, 2020).

Entre as inferências dessa análise detalhada, as interações que surgem das menções entre as candidaturas concorrentes ocorrem, majoritariamente, com ênfase negativa a outros candidatos, partidos políticos e governos em gestões anteriores. Essa confrontação, configurada pela interação da candidatura emissora a atores políticos, recorre a temas que são prejudiciais aos seus receptores. Com um valor total de 501 quase-sentenças alocadas na categoria “Autoridade Política” (305), a rede de interação formada completa pode ser verificada na Tabela 8 abaixo.

Tabela 8 – Número efetivo de interação entre manifestos

		Emissor																						Total
		PODE		PSOL		MDB		PT		PDT		PSTU		REDE		PATRI		PPL		NOVO		PSL		
Receptor		P	N	P	N	P	N	P	N	P	N	P	N	P	N	P	N	P	N	P	N	P	N	
PODE	1																							0
	2																							0
	3																							0
PSOL	1																							0
	2			3																				3
	3																							0
MDB	1							1																1
	2				10																			10
	3			63				73				5		1				1						143
PSDB	1							2																2
	2																							0
	3			2				1				2						1						6
PT	1																					12		12
	2			1				5																6
	3			9	17		3	71				5		2				8						115
PDT	1																							0
	2									1														1
	3																	2						2
PSL	1																							0
	2				3			3																6
	3																							0
<i>Governo</i>			9		9		36		4		16		4		14		19		17		54		12	194
<i>Total</i>		0	9	13	94	10	39	76	84	1	16	0	16	0	17	0	19	2	27	0	54	0	24	501

Legenda: P = Positivo; N = Negativo; 1 = Categoria 305.1 (MARPOR); 2 = Categoria 305.2 (MARPOR); 3 = Categoria 305.3 (MARPOR); PSTU, REDE, DC, PATRIOTA, PPL e NOVO não foram receptores por nenhuma menção; DC e PSDB não interagiram com nenhuma outra candidatura.

Fonte: Elaboração própria a partir do HGPE pelo método do MARPOR (2020).

Nossa análise, além de indicar o vínculo construído por cada menção, é orientada pelo sentido expresso na menção – variando entre positiva e negativa, como também pela ordem delimitada nas subcategorias de “Autoridade Política” (305). Sob tais critérios, as interações entre as candidaturas se configuraram ao vincular temáticas prejudiciais à governos com passado recente, como PT, PSDB e, principalmente MDB, que por ocupar a posição de governo se tornou alvo para quase todas as candidaturas.

Em um segundo momento, para verificar as temáticas que prevaleceram, partimos do pressuposto de que a candidatura responsável por cada manifesto poderia realizar uma menção a todos e quaisquer atores políticos. Deste modo, consideramos o comportamento desta variável como um bloco de interação representado por todas as candidaturas, conforme Tabela 9.

Tabela 9 – Relação de interação no manifesto

Domínio	Número Absoluto	Número Relativo (%)
Relações Exteriores	36	7,19
Liberdade e Democracia	57	11,38
Sistema Política	28	5,59
Economia	143	28,54

Bem-estar e Qualidade de Vida	148	29,54
Princípios da Sociedade	49	9,78
Grupos Sociais	40	7,98
Total	501	100%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do manifesto pelo método do MARPOR (2020).

Esses valores indicam que os ataques entre candidaturas ocorreram principalmente nos domínios de “Economia” e “Bem-estar e Qualidade de Vida”, cuja ênfase remete a falhas de planos econômicos dos governos anteriores que resultaram na crise atual e, com efeito, repercutiram na diminuição da qualidade de vida na sociedade brasileira. Destacamos ainda que ao utilizar valor negativo a governos de forma geral, sem especificar partidos ou candidatos, os ataques também se configuram de forma similar aos domínios anteriormente discutidos, embora sua ênfase esteja na falta de transparência em gestão e “Corrupção Política” (304) dos governos.

Há confrontação também no domínio da “Economia”, a qual tem orientado a polarização nas últimas décadas em torno da disputa entre neoliberais e neodesenvolvimentistas. No campo neoliberal destaca-se a saliência de NOVO e PSL em “Livre-Iniciativa” (401); de DC em “Incentivos” (402); de MDB, NOVO, PODEMOS e PSDB em “Protecionismo: negativo” (407); e de NOVO, PSL, PDT e REDE em “Ortodoxia Econômica”. No campo neodesenvolvimentista destaca-se a ênfase de PPL, PSOL, PSTU e PT em “Gerenciamento Keynesiano de demanda” (409); de PSDB, PSL e PSOL em “Mercado Regulado” (403); e de PPL e PSTU em “Nacionalização” (413). Ainda no espectro da esquerda, destaca-se a saliência do PSTU em “Análise Marxista” (415).

No que se refere à decupagem do HGPE, a análise das categorias mais frequentes em cada uma das 13 candidaturas mostra que elas se orientaram pela confrontação direta em 168 quase-sentenças de um total de 1169, o que equivale à 14,37% da amostra. Assim como na amostra dos manifestos, verificamos incidência de confrontação no domínio econômico. No campo neoliberal o MDB deu ênfase ao “Protecionismo: negativo” (407) e à “Ortodoxia Econômica” (414). Em contrapartida, PDT, PT e PSOL salientaram “Gerenciamento Keynesiano de Demanda” (409) e PSTU enfatizou “Análise Marxista” (415). As questões dos costumes também opuseram os defensores da “Moralidade Tradicional: Positivo” (603), isto é, DC, PATRIOTA, PODEMOS e PSL, ao PSOL, defensor da “Moralidade Tradicional: Negativo” (604).

Em contrapartida, as candidaturas salientaram também no HGPE saliências não contrastantes, como a “Expansão do Bem-estar social” (504) em DC, MDB, PODEMOS, PSDB, PDT, PSOL, PSTU, PT e REDE; “Expansão da Educação” (506) em PDT, PT e REDE;

e “Grupos demográficos não econômicos” (706) em PSDB, PSOL, PSTU, PT e REDE. Já a Defesa do “Modo de vida nacional: Positivo” foi invocada de maneiras distintas por MDB, PSDB, PSL, PDL, PPL e REDE, bem como “Eficácia Governamental e Administrativa” (303), saliente em DC, MDB, PODEMOS, PSDB, PDT, PSOL, PT e REDE. Por sua vez, a “Corrupção Política” (304) foi saliente em MDB, NOVO, PATRIOTA, PODEMOS, PSDB, PDT, PSOL e REDE. Os dados completos podem ser verificamos no Anexo 2.

Nessa primeira parte de análise do manifesto, material tradicionalmente programático e que vincula partidos políticos à eleitores através de seus programas e políticas, acarretou em observações para além do espectro ideológico de *saliency theory e issue ownership*, por perceber como esses assuntos são mobilizados na competição como um todo e cujo comportamento indica um padrão de interação entre as candidaturas. Na próxima seção, refinamos a análise do HGPE, material tradicionalmente estratégico, tendo como objeto de análise as redes de interação estratégica.

5.4 Redes de interação e função estratégica do HGPE

O cenário político que permeou a eleição presidencial de 2018 foi caracterizado pela intensificação do processo de polarização entre petistas e antipetistas. Mesmo com a crescente relevância das mídias e aplicativos digitais, a televisão permanece como uma esfera central do campo da comunicação política no Brasil e possui significativa atenção dos pesquisadores da área. Pesquisas de opinião pública sugerem que ela persiste como a principal e mais confiável fonte de informação política dos brasileiros, em que pese o aumento da penetração da Internet (BRASIL, 2016).

Ao tratar do HGPE, a literatura sugere que a posição estratégica do formato nas campanhas eleitorais desde a redemocratização opera na decisão do voto, na construção da imagem dos partidos e candidatos, na definição de coligações e no estabelecimento da agenda eleitoral (ALBUQUERQUE *et al.*, 2008; BORBA; ALDÉ, 2016; DANTAS, 2012; FIGUEIREDO *et al.*, 1997; MIGUEL, 2004; PORTO; GUANIZA, 1999). Desse modo, para compreender os padrões da interação estratégica entre as candidaturas na eleição presidencial de 2018, primeiramente, se faz necessário identificar as redes de interação configuradas. Essas redes são construídas a partir da menção, direta ou indireta, de uma candidatura por seu adversário no manifesto de campanha ou Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral.

A análise de redes, ou mais precisamente, os cálculos de rede, possibilitam a percepção de tendências de significados em grandes quantidades de documentos ou falas e reduzem substancialmente a necessidade de intervenção manual pelo pesquisador, aumentando a produtividade e sua capacidade de fazer mudanças relativas à direção que se observar, quando a dinâmica da pesquisa o exige. Tais procedimentos admitem ao pesquisador posicionar suas escolhas qualitativas baseadas na centralidade dos sentidos observáveis, aumentando significativamente a capacidade de interpretar a realidade social (FERETTI; JUNCKES; CLEMENTE, 2018).

Iniciamos a análise dos dados apresentando a configuração da rede formada no HGPE no primeiro turno das eleições de 2018 de acordo com a frequência das interações.

5.4.1 Caracterização da rede e frequência das interações

Na discussão anterior, recorreremos ao método de MARPOR para a Análise de Conteúdo do texto proveniente da decupagem do HGPE. No quadro resultante de categorias, essa análise permitiu aferir 310 quase-sentenças correspondidas na categoria “Autoridade Política” (305) que, embora sejam responsáveis por representar ênfases temáticas específicas, passaram por uma avaliação refinada em busca de quase-sentenças que possam ser assumidas como segmentos de interação entre atores políticos. Ademais, a Análise de Avaliação recorre a este universo de dados decodificados e permite indicar a precisão dos procedimentos de nossa análise nos dois grupos de documentos, verificado no Tabela 10.

Tabela 10 – Relação de interação no HGPE

Decupagem do HGPE	Autoridade Política (305)	Número de Interação
DC	0	0
MDB	74	208
NOVO	0	0
PATRIOTA	0	0
PODEMOS	23	100
PSDB	156	338
PSL	0	0
PDT	26	54
PPL	0	0
PSOL	6	19
PSTU	4	28
PT	20	70
REDE	1	2

<i>Total</i>	310	819
--------------	-----	-----

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do HGPE pelo método do MARPOR (2020).

Deste modo, a especificidade que a Análise de Avaliação, em redes, proporciona permite que as mesmas quase-sentenças condensadas em “Autoridade Política” (305) possam ser subdivididas. Tal abordagem fornece um valor de precisão maior sobre o comportamento e padrões de interação entre as candidaturas que um material estratégico como o HGPE permite desenvolver. Conforme os dados na Tabela 11, entre as 13 candidaturas que competiram nas eleições presidenciais de 2018 apenas 5 não estabeleceram interações estratégicas com outras candidaturas.

Tabela 11 – Número absoluto e tempo de interação entre candidaturas

Receptor	Emissor																Total N.Int.	Total (s)
	PODE		PSOL		MDB		PSDB		PT		PDT		PSTU		REDE			
	N. Int.	T (s)	N. Int.	T (s)	N. Int.	T (s)	N. Int.	T (s)	N. Int.	T (s)	N. Int.	T (s)	N. Int.	T (s)	N. Int.	T (s)		
PODE	NA	NA			6	26											6	26
PSOL	4	36	NA	NA	2	8											6	44
MDB	8	48	4	14	NA	NA	4	12									16	74
PSDB	4	36	2	6	30	180	NA	NA	2	6	8	16	4	20			50	264
PT	32	272			108	602	145	1432	NA	NA	28	78	8	40			321	2424
PDT	4	36			8	26	6	16			NA	NA	4	20			22	98
PSTU	4	36			2	8							NA	NA			6	44
REDE	4	36			6	26	9	28					4	20	NA	NA	23	110
DC	4	36			2	8											6	44
PATRI	4	36			2	8											6	44
PPL	4	36			2	8											6	44
NOVO	4	36			2	8											6	44
PSL	12	70	6	42	26	158	146	2103	10	58	18	50	8	26	2	4	228	2511
GOV	6	34	7	21	12	70	28	140	26	225							79	490
OUTRO	6	22							32	163							38	185
Total	100	770	19	83	208	1136	338	3731	70	452	54	144	28	126	2	4	819	6446

Legenda: N. Int. = Número de interações; T. (s) = Tempo das interações em segundos; NA = Não se aplica.

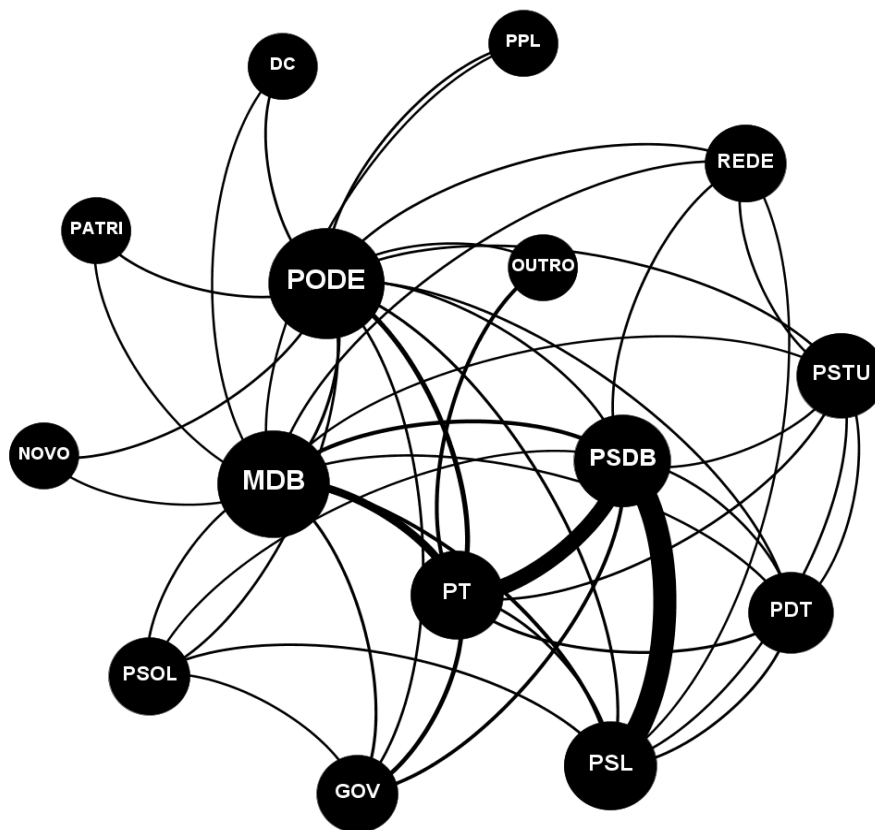
Fonte: Elaboração própria.

Neste grupo estão todas as candidaturas que tiveram tempo no HGPE igual ou inferior a 8 segundos por bloco. Tratam-se das candidaturas do PATRIOTA, DC, PSL, NOVO e PPL. Com efeito, a quantidade de tempo de exposição na televisão constitui um fator de limitação importante ao estabelecimento de interação estratégica, mas não o impossibilita. Exemplo disso é a candidatura do PSTU, que foi uma exceção àquele grupo.

Com 5 segundos no HGPE em cada bloco, a campanha do PSTU estabeleceu interações com 5 receptores. A título de comparação a candidatura do PSDB, com 5 minutos e 32 segundos no HGPE por bloco, interagiu com 6 receptores. Com 21 segundos, a REDE interagiu somente com o PSL. PSOL e PT interagiram cada um com quatro receptores. O PDT interagiu com três. Finalmente, PODEMOS e MDB interagiram com todas as outras candidaturas.

Podemos observar no Grafo 1 a rede de interações estratégicas configurada a partir dos programas exibidos pelas candidaturas à presidência no HGPE, resultante da conjugação de 15 nós (as 13 Candidaturas, GOVERNO e OUTRO) e 819 arestas (interações) no software *Gephi 0.9.2*. Os nós estão graduados conforme a centralidade de grau apurada. Quanto maior o diâmetro do nó, maior o número de interações que ele está envolvido, seja como emissor ou como receptor. Por este motivo, o PODEMOS, que estabeleceu interações com 14 atores e o MDB, que estabeleceu relações com 13, estão representados graficamente com nós de maior diâmetro.

Grafo 1 – Rede de interações estratégicas no HGPE

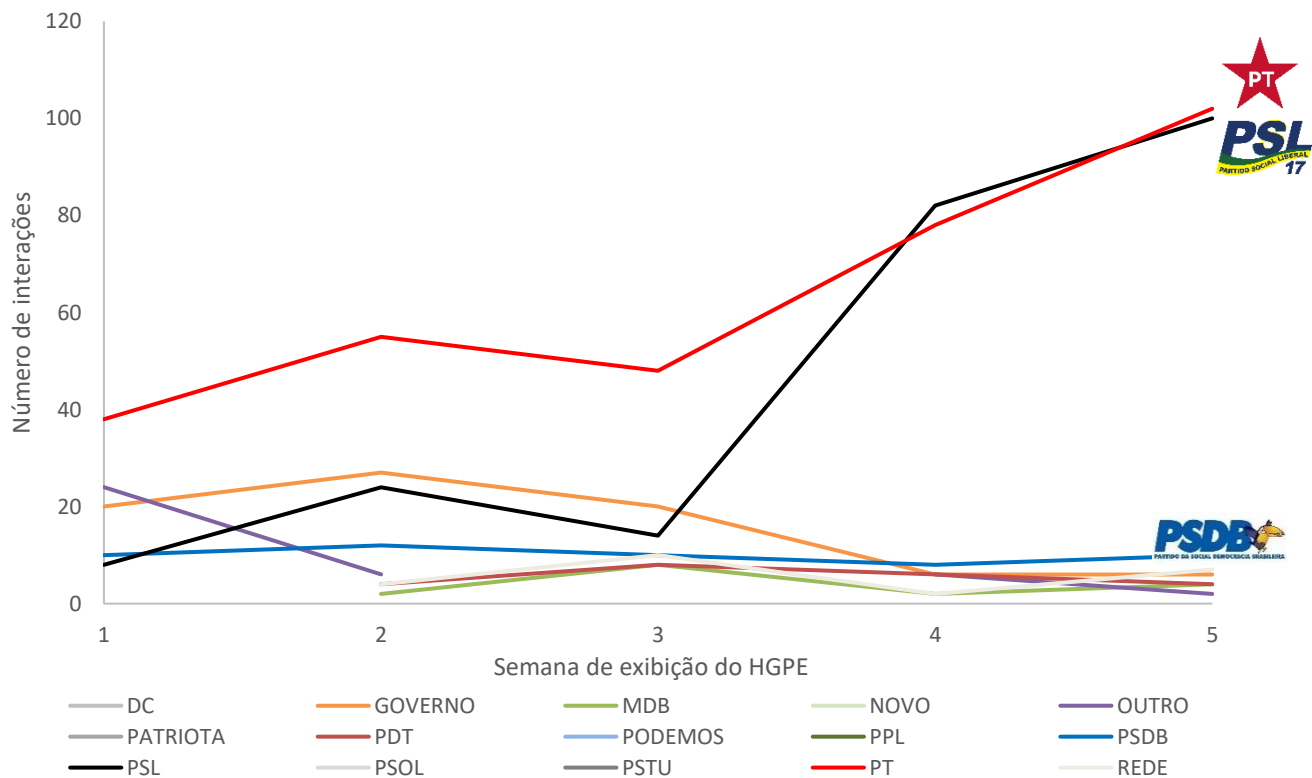


Fonte: Elaboração própria a partir do Gephi 0.9.2.

Podemos observar na Tabela 2 e no Grafo 1 que o PSL foi receptor de interações de PODEMOS, PSOL, MDB, PSDB, PT, PDT, PSTU e REDE. Contrariamente, o PSL não interagiu com nenhuma candidatura. O PSDB foi apenas o quarto receptor mais acionado, ficando atrás inclusive do GOVERNO. O PSDB sequer foi prioridade de acionamento pelo PT, que preferiu dirigir suas interações majoritariamente à categoria OUTRO (destacando-se nesse grupo menções à Justiça), ao GOVERNO. Em menor escala o PT interagiu também com o PSL. PT e PSL foram os mais acionados pelas outras candidaturas. Enquanto o PT recebeu o maior número absoluto de interações (321), o tempo das interações estabelecidas pelos outros partidos com o PSL (2511s) foi ligeiramente superior ao tempo dedicado às interações com o PT (2424s).

O tempo de interação entre candidaturas na TV, aliás, é informado no Grafo 1 através da espessura das arestas. Quanto maior a espessura da linha, maior o tempo de interação na TV entre emissor e receptor. Partidos com maior tempo de HGPE tendem a interagir com outras candidaturas por um tempo mais prolongado. Nesse sentido, cabe apontar que o PSDB foi o partido que dedicou maior tempo de interação com outras candidaturas (3731s). A variação da frequência de recepção de interações por semana está representada no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Número de interações às candidaturas receptoras no HGPE



Fonte: Elaboração própria, considerando as semanas de exibição.

Com efeito, o relacionamento mais duradouro ocorreu na interação PSDB-PSL, seguido das interações PSDB-PT, PT-MDB, PODEMOS-PT e PT-GOVERNO. Esses dados indicam que a rede configurada no HGPE, no primeiro turno das eleições presidenciais de 2018, orbitou em torno das candidaturas do PT e do PSL, embora a polarização entre essas candidaturas não tenha partido da interação entre elas.

Relevante salientar, mais uma vez, que o PSL não emitiu interações com outras candidaturas. Por outro lado, o PSL também não foi prioridade do PT, que emitiu apenas 10 interações dispostas em 58 segundos à candidatura de Jair Bolsonaro. Desse modo, a centralidade dessas candidaturas foi resultado da interação de terceiros a elas, principalmente da ação de PSDB, MDB, PODEMOS e PDT, respectivamente.

Esse comportamento, no entanto, não foi constante desde o início da exibição do HGPE. A análise da frequência de interações por semana demonstra que embora o PT tenha sido o receptor preferencial das interações desde o início, houve um forte crescimento das interações direcionadas ao PSL somente a partir da terceira semana.

Na primeira semana do HGPE o segundo maior receptor de interações foi a denominada como OUTRO. Essa categoria congregava menções aos atores não partidários (Justiça) como Sérgio Moro, nas emissões do PODEMOS ou a respeito do TSE e da ONU nas emissões do PT. Refletia naquele momento a indefinição sobre a candidatura de Lula da Silva (PT). Mas tão logo Lula fora substituído por Haddad a frequência de interações com OUTRO diminuiu substancialmente.

Já o GOVERNO, terceiro maior receptor na primeira semana, e segundo maior receptor na segunda e na terceira semana (somente atrás do PT), caiu substancialmente a partir da quarta semana, momento este em que o PSL é alçado ao extremo polar do PT. Interações direcionadas ao PSDB foram em menor frequência e sofreram pouca variação ao longo das cinco semanas.

5.4.2 Formato das interações: oradores e direção

Compreender o formato das interações estratégicas é tão importante quanto entender seu conteúdo. No HGPE, as mensagens são proferidas por diferentes tipos de oradores, que interagem de forma direta ou indireta com outras candidaturas. Desse modo, a escolha do orador e a forma como ele se dirige aos adversários revela um componente estratégico. De acordo com Albuquerque (1999), o candidato, embora seja a figura central do HGPE, é substituído frequentemente pelo narrador em *off*, que desprovido de uma identidade própria, atua como funcionário do programa sem responsabilidade direta pelo conteúdo de suas afirmações. Nessa

condição, o narrador em *off* geralmente fica a cargo das tarefas “burocráticas”, bem como do “trabalho sujo” nos programas do HGPE.

Essa tendência de exposição prioritária do candidato, seguida do emprego do narrador em *off*, confirmada no estudo de Massuchin *et al.* (2016), também foi encontrada em nosso trabalho. Do universo das 819 interações estabelecidas, 301 (36,75%) partiram do candidato e 290 (35,41%) partiram do narrador em *off*. Outros oradores importantes foram “Imagem”, com 95 casos (11,6%) e “Garoto Propaganda”, com 80 casos (9,77%). Os dados completos podem ser verificados na Tabela 12, que apresenta também as estatísticas da direção das interações por candidatura emissora.

Tabela 12 – Número absoluto de tipo de orador predominante e forma de direção

Orador	Emissor														Total		
	MDB		PDT		PODE		PSDB		PSOL		PSTU		PT			REDE	
	D	I	D	I	D	I	D	I	D	I	D	I	D	I		D	I
CANDIDATO	68	6	38		26	72	39	17	5	7	2		4	17			301
NARRADOR EM OFF	40	52	8	8			152	12		2			10	6			290
IMAGEM		42				2		23				26				2	95
GAROTO PROPAGANDA							70	10									80
VICE							7		1	4			17	4			33
POPULAR							2						10				12
INSTRUMENTAL								4									4
PATRONO													1	1			2
PERSONAGEM							2										2
Total por direção	108	100	46	8	26	74	272	66	6	13	2	26	42	28		2	819
Total	208		54		100		338		19		28		70		2		819

Legenda: D = Direta (direção); I = Indireta (direção).

Fonte: Elaboração própria.

Com efeito, as interações estabelecidas foram majoritariamente diretas (61,29%). Isto significa que as candidaturas buscaram identificar verbalmente seus adversários ou aliados nas interações. Quando observamos a direção pela perspectiva do orador constatamos que há predomínio da forma indireta apenas na Imagem e no Instrumental, os quais são oradores não verbais. Constatamos também que o narrador em *off* (72,41%) utiliza mais frequentemente a forma de comunicação direta que o candidato (60,46%).

Todavia, ao desagregar os dados observados, conforme a Tabela 11, podemos constatar diferenças significantes no emprego de orador e forma de direção entre as candidaturas emissoras de interação. Do grupo das 8 candidaturas emissoras apenas REDE não utilizou o candidato como orador durante a interação. Das sete demais candidaturas, o candidato não foi o orador mais frequente apenas na candidatura do PSDB, que com mais tempo no HGPE,

utilizou predominantemente o narrador em *off* e o garoto propaganda nas interações. O PT, por sua vez, empregou na mesma proporção a utilização do candidato e do vice como orador predominante. Isso se deve à indefinição relacionada à candidatura de Lula. Em razão disso, em diferentes momentos Fernando Haddad foi codificado como vice e como candidato. É interessante observar também que apenas o PSDB utilizou nas interações o garoto propaganda, instrumental e personagem e que apenas o PT se utilizou da figura do patrono. Assim como no caso de Haddad, Lula foi codificado inicialmente como candidato e posteriormente como patrono.

Tabela 13 – Número absoluto de interações por direção entre candidaturas

Receptor	Emissor																Total
	MDB		PDT		PODE		PSDB		PSOL		PSTU		PT		REDE		
	D	I	D	I	D	I	D	I	D	I	D	I	D	I	D	I	
DC		2				4											6
MDB						8	4		2	2							16
NOVO		2				4											6
PATRIOTA		2				4											6
PDT	4	4				4	6					4					22
PODEMOS		6															6
PPL		2				4											6
PSDB	8	22		8		4			2			4	2				50
PSL	18	8	18		4	8	108	38	1	5	2	6	8	2		2	228
PSOL		2				4											6
PSTU		2				4											6
PT	42	66	28		14	18	121	24				8					321
REDE		6				4	9					4					23
GOVERNO	12				4	2	24	4	1	6			22	4			79
OUTRO					4	2							10	22			38
Total por direção	84	124	46	8	26	74	272	66	6	13	2	26	42	28	0	2	819
Total	208		54		100		338		19		28		70		2		819

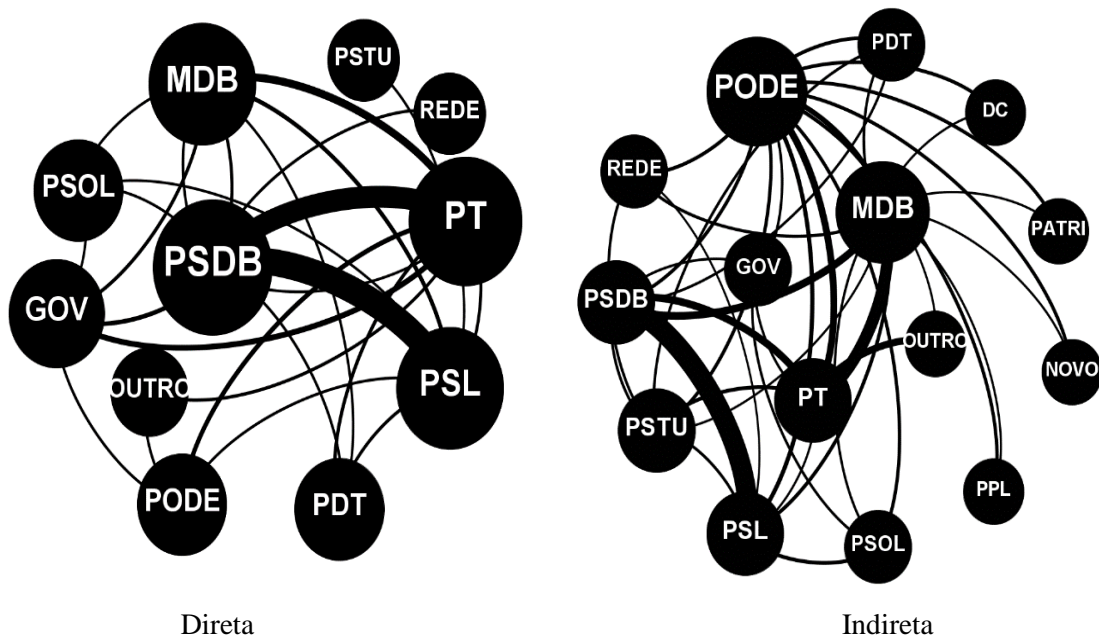
Legenda: D = Direta (direção); I = Indireta (direção).

Fonte: Elaboração própria.

Conforme a Tabela 13, que condensa os valores das interações entre emissores e receptores no que diz respeito à direção, PODEMOS, PSOL, PSTU e REDE estabeleceram interações predominantemente indiretas, enquanto que MDB, PDT, PSDB e PT estabeleceram interações predominantemente diretas. Uma possível explicação para essa diferença é o tempo da exposição no HGPE, proporcionalmente maior no segundo grupo de candidaturas, conforme o Grafo 2.

Finalmente, ao observarmos, respectivamente, as redes de interação direta e indireta, constatamos diferenças importantes. Sendo mais frequente em números absolutos, a rede de interações diretas também construiu arestas mais espessas, devido à maior frequência de interação por tempo na TV. Podemos observar também que DC, PATRIOTA, NOVO e PPL foram receptores apenas de interações indiretas.

Grafo 2 – Redes de interações diretas e indiretas



Fonte: Elaboração própria.

A seguir, analisamos o conteúdo das interações, destacando as temáticas, valências e intensidade argumentativa associadas às candidaturas.

5.4.3 Conteúdo das interações: temáticas, valência e intensidade argumentativa

A análise do conteúdo das interações estratégicas é fundamental para a compreensão das temáticas priorizadas pelas candidaturas durante a eleição presidencial. Estudos sobre a formação e definição de agenda enfatizam o papel dos partidos políticos na construção das mesmas, como centralizadores de temáticas de maior relevância, tanto relativas a questões recentes quanto aos assuntos temáticos mais vantajosos ao partido (ALDRICH, 2011). Desse modo, uma análise sobre o comportamento das candidaturas no HGPE fornece ferramentas para compreensão da funcionalidade dos partidos e sistemas partidários na competição eleitoral,

considerando que naquele espaço os partidos mobilizam estrategicamente candidatos e temáticas para disseminar suas agendas por meio de suas posições ideológicas e programáticas.

Durante as eleições os partidos estabelecem apelos aos eleitores, adotando posições em políticas públicas e enfatizando determinadas temáticas (EGAN, 2013; PETROCIK, 1996). Portanto, os partidos políticos são capazes de contribuir para a definição da agenda e seu impacto varia de acordo com o tipo de agenda e o momento²², mas o conflito eleitoral se estabelece a partir da defesa de seus compromissos programáticos na campanha.

Neste estudo, identificamos que as temáticas priorizadas pelas candidaturas no HGPE foram, respectivamente, a “Polarização” (208 - 25,4%), “Gestão do Governo” (142 - 17,34%) e “Adversário” (141 - 17,22%). Em seguida, vieram “Corrupção” (93 - 11,36%), “Economia” (73 - 8,91%), “Pesquisa Eleitoral” (65 - 7,94%), “Justiça” (39 - 4,76%), “Infraestrutura” (26 - 3,71%), “Fake News” (17 - 2,08%), “Política Externa” (8 - 0,98%) e “Facada” (7 - 0,85%).

Nas eleições de 2018 o *establishment* era caracterizado pelos partidos e governos eleitos após a Constituição de 1988. Assim, “Polarização”, “Gestão de Governo” e “Adversário” estão relacionadas às concepções *antiestablishment*, na medida em que defendem uma revisão ou até mesmo uma oposição à normas constitucionais vigentes, das regras do sistema político e eleitoral e, que responsabilizam o *establishment* pela “Corrupção” política e pelas crises econômicas e políticas. A “Polarização”, nesse cenário, seria um efeito negativo desse *establishment* caracterizada pelo forte sentimento antipartidário e antipetitista, que afasta do centro a discussão dos partidos esquerda e direita no eixo do espectro ideológico.

Por sua vez, “Economia” e “Infraestrutura” vinculam-se ao debate neoliberal, que defende uma gestão mais eficiente do Estado, seja pela redução do papel do Estado ao mínimo possível ou por medidas que incentivam a livre iniciativa e a abertura comercial (Bresser-Pereira, 2017), pela desburocratização e simplificação de processos administrativos ou pela limitação de gastos com políticas públicas, como as de educação. A defesa dessas posições expressa concepções revisionistas das políticas dos governos petistas (2003-2016) não só pela nova direita, mas também pela direita liberal que desde 2003 organizou-se enquanto oposição à esquerda e ao PT.

Já em relação à “Política Externa”, representantes de diferentes concepções da direita, tais como conservadores internacionalistas, nacionalistas e parte dos realistas, veem as relações internacionais em termos de segurança e poder. No outro lado do espectro ideológico, estariam

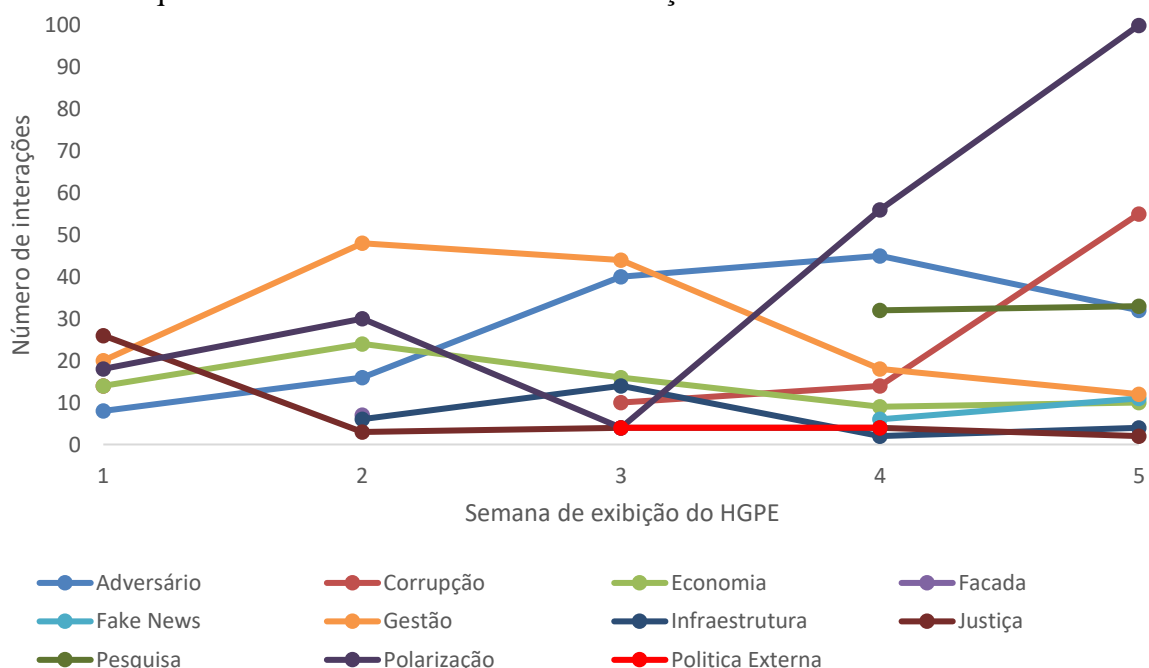
²² Para Diniz (2005), a agenda governamental não é algo fixo - pré-determinado. Ao longo do processo, questões conjunturais podem forçar o Executivo a tomar iniciativas não previstas em sua agenda. Deste modo, matéria considerada prioritária em um determinado momento, pode abrir espaço para outras questões em destaque.

os liberais, que privilegiam o multilateralismo e a diplomacia (BAUM; NAU, 2012) e a esquerda, que diante da expansão imperialista do capitalismo (LENIN, 2010), defende uma política externa progressista e pacífica (BUDGE, 2015). Assim, enquanto partidos como PT, PSOL, REDE defendem um maior engajamento e participação nacional à frente de tradicionais comunidades internacionais de meio ambiente, combate à pobreza e de direitos humanos, PSL, MDB e PSDB enfatizam o fortalecimento nas fronteiras e a maior aplicação da força policial como medidas de segurança.

Para refinamento desta análise, condicionamos as temáticas emitidas nas interações de acordo com a semana de exibição no HGPE. Temática mais frequente na primeira semana do HGPE, a “Justiça” perdeu importância tão logo fora julgado o registro de candidatura de Lula. Quinta temática de maior importância durante o primeiro turno, menções à “Economia” nas interações atingiram seu pico na segunda semana do HGPE. A segunda semana, aliás, foi a única em que a temática da “Facada” foi mencionada, em decorrência do atentado cometido à Jair Bolsonaro. “Infraestrutura” atingiu seu pico na terceira semana. A “Política Externa”, por sua vez, foi mencionada na terceira e na quarta semana.

Como esperado, a ênfase aos resultados de “pesquisas eleitorais” ocorreu apenas no final do primeiro turno, isto é, na quarta e na quinta semana. Mais interessante, porém, é observar a evolução das demais temáticas. Assim, podemos observar no Gráfico 3 a evolução da frequência de temáticas emitidas nas interações por semana de exibição no HGPE.

Gráfico 3 – Frequência de temáticas emitidas nas interações



Fonte: Elaboração própria, considerando as semanas de exibição.

Protagonista na segunda e na terceira semana, menções à “Gestão do Governo” nas interações caíram drasticamente na quarta e na quinta semana. Exatamente no mesmo período, há um forte aumento da frequência da temática da “Polarização”. Vale observar nesse ponto que, embora a “Gestão do Governo” tivesse como foco as gestões de Dilma e Temer, a temática da “Polarização” tinha como foco a disputa entre PT e PSL. É a partir da quarta semana também que se inicia também as menções às “*Fake News*”, associadas primordialmente ao PSL. A temática da “Corrupção”, associada principalmente ao PT, fora alçada ao segundo lugar entre as mais frequentes na última semana, atrás apenas da “Polarização”. Finalmente, o “Adversário”, categoria que teve crescimento constante da primeira à quarta semana, sofreu uma retração na última semana. A Tabela 14 oferece uma compreensão detalhada da frequência das temáticas associadas às candidaturas receptoras no HGPE.

Tabela 14 – Frequência das temáticas por candidatura receptora da interação

Receptor	Temáticas											Total
	ADV	CRP	ECO	FAC	FKN	GES	INF	JUS	PQS	PLZ	PEX	
DC	2	4										6
GOVERNO		6	4			55	10	2		2		79
MDB		10				6						16
NOVO	2	4										6
OUTRO					2	7		27		2		38
PATRIOTA	2	4										6
PDT	6	4				6			2	4		22
PODE	2					2		2				6
PPL	2	4										6
PSDB	8	4	8			10				20		50
PSL	75	4	9	7	12		2		35	80	4	228
PSOL	2	4										6
PSTU	2	4										6
PT	32	37	52		3	50	14	6	23	100	4	321
REDE	6	4				6		2	5			23
<i>Total</i>	<i>141</i>	<i>93</i>	<i>73</i>	<i>7</i>	<i>17</i>	<i>142</i>	<i>26</i>	<i>39</i>	<i>65</i>	<i>208</i>	<i>8</i>	<i>819</i>

Legenda: ADV = Adversário; CPR = Corrupção; ECO = Economia; FAC = Facada; FKN = *Fake News*; GES = Gestão de Governo; INF = Infraestrutura; JUS = Justiça; PQS = Pesquisa; PLZ = Polarização; PEX = Política Externa.

Fonte: Elaboração própria.

Em conjunto com os dados disponíveis nos Gráficos 5 e 6, podemos concluir que coincidem a redução das interações direcionadas ao GOVERNO e à temática da “Gestão” na quarta e na quinta semana, ao mesmo tempo em que coincidem o crescimento das interações

direcionadas ao PT, à “Polarização” e à “Corrupção”, e ao PSL e à “Polarização” e às “*Fake News*”.

Aplicamos, além da análise temática/categorial, uma análise de avaliação de como aquelas temáticas foram abordadas pelas candidaturas, buscando identificar nuances de valência e de intensidade argumentativa, conforme as Tabelas 15 e 16. Verificamos que 75,46% de todas as interações receberam valência negativa e que 59,22% das interações foram classificadas como fortes no sentido argumentativo. Em relação às temáticas específicas verificamos que a maioria delas foi abordada a partir de uma valência negativa. As exceções são a “Economia” e “Facada”. A primeira recebeu uma abordagem equânime entre valências positivas e negativas. Ao mesmo tempo em que as candidaturas emissoras abordaram negativamente os resultados econômicos dos governos Dilma e Temer, duas em particular, a de Ciro Gomes (PDT) e de Henrique Meirelles (MDB), buscaram exaltar suas trajetórias pessoais associadas ao bom desempenho da economia quando foram ministros da fazenda, respectivamente, nos governos de FHC e Lula. A abordagem a respeito da “Facada”, por sua vez, foi tratada como uma interação positiva à candidatura do PSL. As candidaturas do PODEMOS e do PSDB se consternaram com o ocorrido, manifestando o desejo pela recuperação de Bolsonaro.

Tabela 15 – Classificação das interações por temáticas, valência e intensidade

Temática	Valência									Total
	Negativa			Neutra			Positiva			
	Forte	Média	Fraca	Forte	Média	Fraca	Forte	Média	Fraca	
ADVERSÁRIO	93	18	8	22						141
CORRUPÇÃO	31	60						2		93
ECONOMIA	19	14			8		4	28		73
FACADA							4	1	2	7
FAKE NEWS	13	4								17
GESTÃO DO GOVERNO	97	15		18	2		10			142
INFRAESTRUTURA	4	12						10		26
JUSTIÇA	16	5	2				10	6		39
PESQUISA ELEITORAL	19	9	27						10	65
POLARIZAÇÃO	75	20	49	42	20	2				208
POLÍTICA EXTERNA	8									8
<i>Total por intensidade</i>	375	157	86	82	30	2	28	47	12	819
<i>Total</i>	618			114			87			819

Fonte: Elaboração própria.

A respeito da intensidade argumentativa, destacamos que prevaleceu a abordagem mais fraca apenas na apresentação de resultados pesquisas eleitorais. Assim, nossos resultados indicam saliência em temáticas vinculadas ao neoliberalismo. Em contrapartida, quando em interação, partidos de esquerda e de direita enfatizaram os posicionamentos *antiestablishment*.

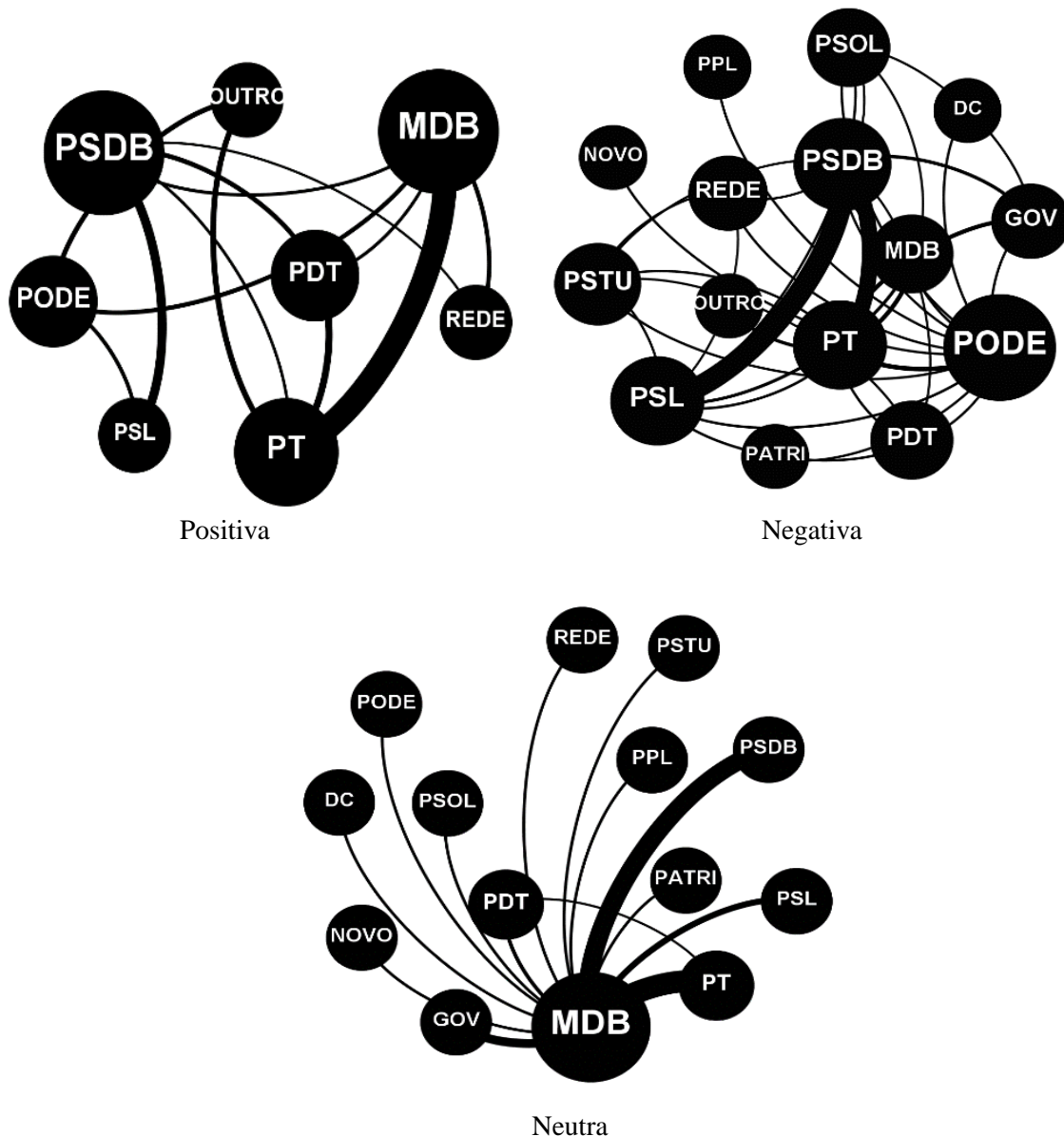
Tabela 16 – Classificação das interações em candidaturas receptoras

Receptor	Valência									Total
	Negativa			Neutra			Positiva			
	Forte	Média	Fraca	Forte	Média	Fraca	Forte	Média	Fraca	
DC		4		2						6
MDB	10	6								16
NOVO		4		2						6
PATRIOTA		4		2						6
PDT	8	4		6			2		2	22
PODEMOS				2			2	2		6
PPL		4		2						6
PSDB	8	6		16	10		2	8		50
PSL	128	30	49	10		2	4	1	4	228
PSOL		4		2						6
PSTU		4		2						6
PT	143	62	32	26	16		6	32	4	321
REDE	8	4	3	2			2	2	2	23
GOVERNO	51	16		8	4					79
OUTRO	19	5	2				10	2		38
<i>Total por intensidade</i>	375	157	86	82	30	2	28	47	12	819
<i>Total</i>	618			114			87			819

Fonte: Elaboração própria, considerando intensidade e valência.

Predominantes, as interações negativas entre as candidaturas configuraram uma rede mais complexa que as configuradas a partir de interações positivas e neutras, conforme o Grafo 3. Da rede de interações positivas, destacamos a frequência elevada de menções ao bom desempenho econômico do Governo Lula (PT) pela candidatura de Meirelles (MDB), que o associou à sua atuação como Presidente do Banco Central no período: “O Lula topou e sabe qual foi o resultado? 10 milhões de empregos criados, a inflação controlada, comida na mesa, geladeira e TVs novas, dignidade”. A candidatura do MDB foi também a responsável pela configuração da rede de interações neutras. Finalmente, da rede de interações negativas, destacamos a frequência elevada de menções do PSDB ao PT e ao PSL.

Grafo 3 – Redes de interações positivas, neutras e negativas



Fonte: Elaboração própria.

O mapeamento de um grafo pressupõe um procedimento matemático formal que consiste numa matriz de adjacência na qual se registram as relações entre os agentes do sistema - papéis e posição (HIGGINS; RIBEIRO, 2018). Sendo assim, a análise destes agentes em estruturas em rede estaria sustentada na ideia de que ambas as propriedades, das quais participam os agentes do sistema, podem ser identificadas a partir da mensuração das relações e interações. O trabalho de Borgatti *et al.* (2013) ressalta a mobilização de dois grandes grupos explicativos para o modelo de análises de redes, sendo: os descritivos/exploratórios, composto por técnicas com predomínio sobre as propriedades das redes como escalas multidimensionais,

análises de correspondências e clusters hierárquicos; e explanatórios/preditivos, por verificar relação causal utilizando modelos probabilísticos para dados em rede.

Neste sentido, o Quadro 7 condensa as estatísticas gerais de todas as redes produzidas no *Gephi 0.9.2*, conforme os Grafos 1, 2 e 3. Para tanto, o quadro de variáveis é composto por algumas medidas em nível macro de rede, seja: grau médio, diâmetro, densidade e componentes conectados (coeficiente de clusterização e comprimento médio). O grau médio do grafo representa o número médio de ligações por nó. O diâmetro determina o tamanho linear da rede, ou seja, um maior valor absoluto indica uma menor tendência à formação de redes predominantes. A densidade representa o quociente do número de ligações da rede que realmente se conectaram sobre o número máximo possível destas ligações. Por fim, o coeficiente de clusterização e o comprimento médio estão associados ao grau de conexão entre todos os pares da rede.

Quadro 7 – Estatísticas gerais das redes no *Gephi 0.9.2*

Métrica	Descrição	Grafo 1 (rede de interações completa)	Grafo 2 (rede de interações diretas)	Grafo 2 (rede de interações indiretas)	Grafo 3 (rede de interações positivas)	Grafo 3 (rede de interações neutras)	Grafo 3 (rede de interações negativas)
Grau Médio	Número médio de conexões (arestas) dos nós da rede.	6	2,364	5,333	3,25	2	4,8
Diâmetro da Rede	É a menor distância entre os dois nós mais distantes dg rede. É a representação do tamanho linear da rede.	2	3	2	3	2	3
Densidade do Grafo*	Mostra o quanto a rede está próxima de ser completa.	0,429	0,236	0,381	0,464	0,154	0,343
Coefficiente de clusterização**	Indica como os nós estão conectados com sua vizinhança.	0,841	0,321	0,784	0,412	0,671	0,751
Comprimento médio de caminho	Distância média de grafo entre todos os pares de nós.	1,517	1,556	1,619	1,571	1,846	1,714

* Um grafo completo tem todas as arestas possíveis e densidade igual a 1.

** O coeficiente de clusterização da rede é a média do coeficiente de clusterização dos nós.

Fonte: Elaboração própria.

Conforme as estatísticas gerais apresentadas no Quadro 7, a medida do diâmetro da rede não oscila drasticamente, alternando valores absolutos de 2 e 3. Isto significa que, mesmo que o número de interações entre candidaturas varie em cada uma das análises, a predominância de determinadas redes de interações não compartilhadas se mantém mesmo em análises específicas sob os critérios de direção e valência. O valor relativamente baixo observado para o comprimento

médio de caminho suporta a assunção que existe um número elevado de candidaturas que estabelece e reproduz redes de interação comuns entre os pares.

Na análise de redes sociais, a compreensão do grau médio se divide em duas direções em que o grau interior é denominado de suporte e o grau exterior de influência para a rede (FREEMAN, 2004). Ou seja, esta medida permite medir o quanto a comunicação entre diferentes grupos passa por este nó. Em específico, nossos valores indicam de moderada à baixa conexão nos grafos, reforçando o argumento de que as interações ocorreram principalmente de forma direta entre as candidaturas. Uma medida da densidade do grafo próxima de zero demonstra a existência de grupos isolados, em que os atores que o representam não estão ligados aos restantes (OLIVEIRA; GAMA, 2012). Sendo assim, nossos dados demonstram uma tendência média de vinculação entre as candidaturas, ou seja, existe uma conexão significativa entre os atores em conjunto. Destacamos os menores valores sob as análises de redes diretas nas candidaturas de PT, PSDB e PSL, bem como nas redes de interações neutras, configuradas por MDB, PT e PSL.

Por fim, sob o critério do coeficiente de clusterização e comprimento médio do caminho, medida que permite identificar a transitividade da vizinhança de um dado nó, observamos um alto valor. Este critério ajuda a justificar a existência de um alto nível de coesão entre os vizinhos de determinado nó. Ou seja, embora em nossos grafos o grau médio das candidaturas apresente um valor baixo, as redes de interação formadas entre as partes possuem uma alta densidade e conexão, reforçando nosso argumento sobre a função estratégica do HGPE para a competição eleitoral.

Ao analisar as variações de valência e intensidade por candidatura receptora da interação, verificamos que PT e PSL foram as candidaturas que mais receberam valências negativas e fortes. Os resultados apontam que embora PT (receptor de 39,19% das interações) e PSL (receptor de 27,84% das interações) não tenham interagido significativamente entre si, essas candidaturas foram, por meio da interação de terceiros partidos – notadamente PSDB, MDB, PODEMOS e PDT –, os polos centrais na rede de interações estratégicas construída no HGPE, no primeiro turno das eleições presidências de 2018.

Através de interações majoritariamente diretas, efetuadas pelo próprio candidato adversário ou pelo narrador em *off*, PT e PSL foram associados, respectivamente, à corrupção e à disseminação de *fake news* e, conjuntamente, à polarização. Atribuindo à essas temáticas valências negativas e forte intensidade argumentativa, aqueles terceiros partidos construíram uma propaganda negativa ao PT e ao PSL, sobretudo a partir da quarta semana de exibição do HGPE, momento em que Haddad se isolou em segundo lugar nas pesquisas de intenção de voto

e em que as interações das candidaturas emissoras com o Governo caíram drasticamente. Em um segundo patamar, consideravelmente abaixo do polo PT-PSL, destacam-se às interações negativas e fortes ao GOVERNO. Interagindo negativamente com todas as candidaturas, apenas o PODEMOS não foi associado à valência negativa no HGPE.

6 CONCLUSÕES

Caracterizada pela intensificação do processo de polarização entre petistas e antipetistas, as eleições presidenciais brasileiras de 2018 levaram um candidato de direita radical (RIBEIRO; BORGES, 2020), Jair Bolsonaro, à presidência, quebrando o ciclo de quatro vitórias consecutivas do PT e relegando ao PSDB o pior resultado eleitoral desde 1989. Com o intuito de verificar se a quebra da polarização entre PT e PSDB ocorreu também no conteúdo programático da competição, nossos resultados produziram alguns elementos que permitiram identificar a forma como foi configurada a rede de interações estratégicas entre as candidaturas nos manifestos e nos programas veiculados no HGPE durante o primeiro turno das eleições de 2018.

Em um primeiro momento, os achados das frequências temáticas das distintas dimensões ideológicas das 13 candidaturas são complementares aos de análises recentes que investigaram a competição de 2018 (RIBEIRO; BORGES, 2020). PT e PSDB que antes disputaram o controle do Executivo nacional formando, respectivamente, coalizões eleitorais de centro-esquerda e centro-direita, se depararam com um novo cenário de fragmentação de candidaturas na centro-direita (BOLOGNESI *et al.*, 2019).

Em congruência com as evidências encontradas por Madeira, Vieira e Tarouco (2017) ao avaliar as ênfases nos programas de governo que as candidaturas de PT e PSDB mobilizaram nas eleições presidenciais de 2006 a 2014, percebemos que no espectro das candidaturas de centro-direita e de direita, a saliência tanto no manifesto quanto no HGPE está calcada sobretudo no ideário econômico liberal, isto é, na defesa da livre-iniciativa, da abertura comercial e da diminuição do tamanho do Estado. O PSL, vencedor da disputa eleitoral, não oferece um forte contraponto conservador no âmbito programático ao ideário liberal. No entanto, se considerarmos as estratégias priorizadas pelo HGPE prevalece, no PSL, a ênfase de valores conservadores em temas como família, aborto e na narrativa nacionalista.

Colocamos em destaque o argumento de Kinzo (1990; 1993), de que momentos em que questões relevantes estão em jogo, clivagens ideológicas substanciais sempre se manifestarão sobre esses temas. Assim, mesmo que a categorização na escala esquerda/direita de MARPOR

não se apresente como o melhor indicador para determinar, de fato, a posição dos partidos políticos na escala ideológica (VIZONÁ, 2019), seus resultados permitem verificar as posições autorizadas dos partidos, rastreando mudanças nas preferências partidárias entre eleições e, portanto, na oferta de programas de políticas públicas de um país.

Com efeito, as 13 candidaturas postularam temas de “Eficácia Administrativa e Governamental” (303) e de “Constitucionalismo: Negativo” (204) fomentando um discurso antissistema e de Reforma Política, atribuídas pelo impacto da operação Lava Jato no sistema partidário, pela recessão econômica entre 2014 e 2016 e na generalizada onda de corrupção (BOLOGNESI *et al.*, 2019; CIOCCARI, 2015; RIBERO; BORGES, 2019).

De tal modo, a operacionalização na escala ideológica realizada a partir dos manifestos e, no caso deste estudo de manifesto e do texto do HGPE, contribuiu para diversas outras conclusões acerca dos padrões da disputa brasileira (MADEIRA *et al.*, 2017; TAROUCO; MADEIRA, 2013; TAROUCO *et al.*, 2015; VIZONÁ, 2019). Portanto, verifica-se que a nova direita, constituída por candidaturas de PSL, NOVO e PODEMOS, é caracterizada fortemente por um discurso *antiestablishment*, que estabelece um contraponto entre suas propostas e os governos anteriores, sobretudo aos governos petistas (2003-2016).

Finalmente, ao analisar a frequência das categorias temáticas que expressam as características da nova direita europeia (LÖWY, 2015) nos documentos analisados, verificamos que a nova direita brasileira não prioriza aquelas temáticas, exceção feita à defesa da Lei e Ordem, elemento unificador entre Europa e Brasil. Ante o exposto, outros elementos indicativos permitem situar o Brasil no contexto internacional de avanço do conservadorismo e crescimento da direita. Apesar de nossa contribuição neste trabalho, reconhecemos que o avanço de pesquisas nesta área permitirá estabelecer os padrões definidores da recente direita no Brasil no espaço de competição política. E por fim, compreender como o surgimento de *outsiders* e o reagrupamento de atores políticos conservadores interfere no comportamento eleitoral e na disseminação do discurso *antiestablishment*.

Os achados de nossa segunda parte da análise repercutem os efeitos que a categoria “Autoridade Política” (305) causa no padrão da competição de 2018. Ao se contraporem às gestões de governos anteriores, as 13 candidaturas estruturam redes de interação contra a elite até então no poder, aos partidos e políticos tradicionais, em consonância com os resultados encontrados em sob a crescimento da direita radical em outros países (CASTELLI GATTINARA; PIRRO, 2019) e com pressupostos encontrados no estudo de caso sobre o Brasil (SANTOS; TANSCHKEIT, 2019). Com interações configuradas sob as práticas de corrupção, ineficácia administrativa e de governo, as estratégias de interação migraram do padrão bipolar

entre PT e PSDB em relação à agenda econômica e liberal para um discurso polarizado com aos extremos que acaba beneficiando a condenação populista de Jair Bolsonaro aos partidos tradicionais, em contribuição ao argumento verificado por Ribeiro e Borges (2020).

Por meio das técnicas de Análise de Conteúdo, de Análise Categorical e Análise de Avaliação, identificamos 819 interações emitidas por 8 candidaturas (MDB, PDT, PODEMOS, PSDB, PSOL, PSTU, PT e REDE) a 15 diferentes atores, sendo 13 deles a totalidade das candidaturas que disputaram a eleição presidencial de 2018, mais o GOVERNO e OUTRO, categoria aplicada a atores não identificados e a atores não partidários, como Sérgio Moro, a Justiça e a ONU. Majoritariamente diretas (61,29%), as interações foram realizadas por oradores diversificados, principalmente pelo candidato (36,75%) e pelo narrador em *off* (35,41%). No que se refere ao conteúdo, as interações foram predominantemente classificadas nas temáticas “Polarização” (25,4%), “Gestão do Governo” (17,34%) e “Adversário” (17,22%); a maioria das interações recebeu valência negativa (75,46%) e forte intensidade (59,22%) de argumentação.

Os resultados apontam que embora PT (receptor de 39,19% das interações) e PSL (receptor de 27,84% das interações) não tenham interagido significativamente entre si, essas candidaturas foram, por meio da interação de terceiras candidaturas – notadamente PSDB, MDB, PODEMOS e PDT –, os polos centrais na rede de interações estratégicas construída no HGPE. Através de interações majoritariamente diretas, efetuadas pelo próprio candidato adversário ou pelo narrador em *off*, PT e PSL foram associados, respectivamente, à corrupção e à disseminação de *fake news* e, conjuntamente, à polarização.

Atribuindo à essas temáticas valências predominantemente negativas e forte intensidade argumentativa, aqueles terceiros partidos construíram uma propaganda negativa ao PT e ao PSL, sobretudo a partir da quarta semana de exibição do HGPE, momento em que Haddad se isolou em segundo lugar nas pesquisas de intenção de voto e em que as interações das candidaturas emissoras com o GOVERNO caíram drasticamente. Ao longo das cinco semanas de exibição do HGPE, as interações direcionadas ao PSDB pouco variaram e ocorreram em menor intensidade que as interações direcionadas ao PT, PSL e GOVERNO. O desinteresse em interagir com os tucanos foi manifestado até mesmo no PT, seu principal adversário político, que emitiu apenas 2 interações – totalizando 6 segundos – direcionadas ao partido.

Destacamos, porém, que as interações estabelecidas pelo PSDB tiveram um papel fundamental na configuração da rede e no tempo de exposição do PT e do PSL. Por possuir o maior tempo de propaganda em bloco, o PSDB dispôs de mais tempo para interação com outras candidaturas. Foram 3731 segundos dedicados às interações com outras candidaturas, dos quais

2103s foram direcionados ao PSL e 1432s foram direcionados ao PT. Na medida em que o PSL dispunha de apenas 240 segundos para exibição de seus programas durante todo o primeiro turno, as interações do PSDB com o partido foram fundamentais para aumentar seu tempo de exposição. O tempo de exibição do PSL nos programas do PSDB correspondem a quase 8 vezes todo o tempo que o PSL dispunha para si no primeiro turno.

Constituindo-se como uma estratégia daqueles que estão em desvantagem na corrida eleitoral (PORTO *et al.*, 2004; BORBA, 2015), caso de Geraldo Alckmin (PSDB) durante o primeiro turno das eleições de 2018, a propaganda negativa, direcionada primordialmente ao PSL e ao PT, não surtiu o efeito esperado, isto é, a desconstrução dessas candidaturas. Ao contrário, os indícios aqui apresentados sugerem que ela pode ter impulsionado ambas as candidaturas, especialmente a do PSL, ajudando a construir o cenário de segundo turno que o PSDB e as demais candidaturas desejavam evitar. Mobilizando o antipetismo, Jair Bolsonaro quebrou a polarização de duas décadas que orbitava em torno de PT e PSDB. Todavia, o PSL, enquanto partido, não passou a ocupar o espaço do PSDB na competição. Divorciado do PSL, o bolsonarismo, maior que o partido, alçou voo próprio na Presidência e busca se viabilizar em legenda própria – o Aliança pelo Brasil.

Os achados deste trabalho ressaltam a importância do HGPE, para além da tradicional análise de manifestos, que opera como ferramenta estratégica para as candidaturas ao lançar candidatos, apresentar agenda e consolidar estratégias eleitorais sem intervenções de atores externos, permitindo aos partidos veicular mensagens e personalizar conceitos, seja para se auto promover ou para desconstruir adversários (BORBA; ALDÉ, 2016; CERVI, 2010). Com o protagonismo alcançado pelas redes sociais e aplicativos de mensagens na última eleição, a agenda de pesquisa na Ciência Política tem se questionado sobre a relevância e o impacto do formato para os partidos nas campanhas eleitorais.

Indicamos que o HGPE ainda se apresenta como fonte estratégica nas campanhas eleitorais por produzir e reforçar comportamentos políticos e estabelecer espaços de interação entre as candidaturas. Deste modo, tanto os manifestos quanto o HGPE fornecem resultados sobre o posicionamento das candidaturas e, com efeito, da recente agenda programática configurada pelos partidos políticos nas eleições gerais nacionais. Pesquisas futuras poderão contribuir para o debate ao investigar a configuração de redes de interações estratégicas entre as candidaturas também nas redes sociais e em outros espaços tradicionais de embate como os programas de governo e os debates eleitorais televisionados.

7 REFERÊNCIAS

- ABREU, J. M.; ALLEGRETTI, G. Comportamento político violento e avanço global da direita: uma análise do caso brasileiro. *Crítica e Sociedade: revista de cultura política*, Uberlândia, v. 6, n. 2, p. 88-121, 2016.
- ALBUQUERQUE, A. Aqui você vê a verdade na tevê: a propaganda política na televisão. 1999. 204 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói. 1999.
- ALBUQUERQUE, A. Advertising ou propaganda? O audiovisual político brasileiro numa perspectiva comparada. *Alceu (PUCRJ)*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 215-227, 2005.
- ALBUQUERQUE, A.; STEIBEL, F. B.; CARINEIRO, C. M. Z. A outra face do horário gratuito: partidos políticos e eleições proporcionais na televisão. *DADOS – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 51, n. 2, p. 459-487, 2008.
- ALDRICH, J. H. *Why parties? A second look*. Chicago and London: University of Chicago Press, 2011.
- ANITA, B; ROSSINI, E.; VEIGA DE OLIVEIRA, V.; STROMER-GALLEY, J. A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook. *Lumina*, v. 13, n. 3. P.29-46, 2019.
- AZEVEDO, A. *A grande imprensa e o PT (1989 – 2014)*. São Carlos: Edufscar, 2017.
- BABIRESKI, F. R. Pequenos partidos de direita no Brasil: uma análise dos seus posicionamentos políticos. *Observatório de Elites Políticas e Sociais do Brasil*, v. 3, n. 6, p. 1-16, 2016.
- BARBOSA, F. R. Partidos políticos antiestablishment na Europa Central pós 1989: uma lógica populista?. *Teoria e Pesquisa*, São Carlos, v. 26, n. 1, p. 36-64, 2017.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2002.
- BARR, R. R. Populists, outsiders and anti-establishment politics. *Party Politics*, v. 1, n.15, p. 29-48, 2009.
- BAUER, M.; Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M.; GASKELL, G. (Ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, p. 189-217, 2003.
- BAUM, M.; NAU, H. Foreign policy worldviews and US standing in the world. In: ANNUAL CONVENTION OF THE AMERICAN POLITICAL SCIENCE ASSOCIATION. 2012. New Orleans, Louisiana. *Annals of APSA Convention*. New Orleans, Louisiana: APSA, p. 01-55, 2012.
- BÉLANGER, É.; MEGUID, B. M. Issue salience, issue ownership, and issue-based vote choice. *Electoral Studies*, v. 27, n. 3, p. 477-491, 2008.

BENKLER, Y. Networks of power, degrees of freedom. *International Journal of Communication*, v. 5, p. 721-755, 2011.

BERLANZA, L. *Guia bibliográfico da nova direita: 39 livros para compreender o fenômeno brasileiro*. São Paulo: Resistência Cultural, 2017.

BOBBIO, N. *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política*. São Paulo: Unesp, 1995.

BOLOGNESI, B.; BABIRESKI, F. R.; MACIEL, A. P. B. Conhecendo o vazio: congruência ideológica e partidos políticos no Brasil. *Política & Sociedade*, Florianópolis, v. 18, n. 42, p. 86-116, 2019.

BORBA, F. Propaganda negativa nas eleições presidenciais brasileiras. *Opinião Pública*, v. 21, n. 2, p. 268-295, 2015.

BORBA, F.; ALDÉ, A. Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral e a formação de Opinião Pública. In: ENCONTRO DA ABCP, 10., 2016, Belo Horizonte. *Anais do 10º Encontro da ABCP*. Belo Horizonte: ABCP, 2016.

BORBA, F.; MEDEIROS, L. O HGPE e a democracia brasileira: as eleições de 2014 e 2018 em perspectiva comparada. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 8., Brasília. *Anais do 8º Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política*. Brasília: Compolítica, 2019.

BORGATTI, S.; EVERETT, M.; JOHNSON, J. *Analyzing social networks*. London: Sage Publications, 2013.

BORGES, A.; VIDIGAL, R. Do lulismo ao antipetismo? Polarização, partidarismo e voto nas eleições presidenciais brasileiras. *Opinião Pública*, Campinas, v. 24, n. 1, p. 53-89, 2018.

BRAGA, M. S. S.; PIMENTEL JR., J. Os partidos políticos brasileiros realmente não importam?. *Opinião Pública*, Campinas, v. 17, n. 2, p. 271-303, 2011.

BRANDÃO, G. M. *Linhagens do pensamento político brasileiro*. São Paulo: Hucitec, 2007.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: [Secom], 2016.

BRASIL. Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Institui o Código Eleitoral. Publicação Original. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L4737.htm. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normal para as eleições. Publicação Original. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRASIL. Lei nº 12.891, de 11 de dezembro de 2013. Altera Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Publicação Original. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12891.htm. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRASIL. Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015. Altera Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Publicação Original. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13165.htm. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRASIL. Lei nº 13.877, de 27 de setembro de 2019. Altera Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995. Publicação Original. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Lei/L13877.htm. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRASIL. Lei nº 13.878, de 3 de outubro de 2019. Altera Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Publicação Original. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13878.htm. Acesso em: 14 nov. 2020.

BRESSER-PEREIRA, L. C. A reforma do Estado nos anos 90: lógica e mecanismos de controle. *Lua Nova*, São Paulo, n. 45, p. 49-95, 1998.

BRESSER-PEREIRA, L. C. Reforma gerencial e legitimação do estado social. *Revista de Administração Pública*, v. 51, n. 1, p. 147-156, 2017.

BUDGE, I. Issue Emphases, Saliency Theory and Issue Ownership: a historical and conceptual analysis. *West European Politics*, v. 38, n. 4, p. 761-777, 2015.

BUDGE, I.; FARLIE, D. Party competition - selective emphasis or direct confrontation? An alternative view. In: DAALDER, H.; MAIR, P. (Ed.). *West European party systems: continuity & change*. London: Sage Publications, p. 267-305, 1983.

BUDGE, I.; KLINGEMANN, H. D. Finally! Comparative over-time mapping of party policy movement. In: BUDGE, I.; KLINGEMANN, H. D.; VOLKENS, A.; BARA, J.; TANNENBAUM, E. (Ed.). *Mapping policy preferences: parties, electors and governments (1945-1998)*. Oxford: Oxford University Press, 2001.

BUENO, R. A cultura política do fascismo: Benito Mussolini e Carl Schmitt. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, v. 50, n. 149, p. 29-64, 2017.

BURNI, A. Extrema direita e os “perdedores da globalização”: análise do voto em Marine Le Pen nas presidenciais francesas de 2012. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE CIÊNCIA POLÍTICA, 1., Porto Alegre. *Anais do 1º Seminário Internacional de Ciência Política*. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

CALDERA-SERRANO, J. Resumiendo documentos audiovisuales televisivos: propuesta metodológica. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 19, n. 2, p. 147-158, 2014.

CALDERA-SERRANO, J.; ARRANZ-ESCACHA, P. *Documentación audiovisual en televisión*. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

CASTELLI GATTINARA, P.; PIRRO, A. L. P. The far right as social movement. *Journal European Societies*, v. 21, n. 4, p. 447-462, 2019.

CARMINES, E. G. The logic of party alignments. *Journal of Theoretical Politics*, v. 3, n. 1, p. 65-80, 1991.

CARMINES, E. G.; STIMSON, J. A. On the structure and sequence of issue evolution. *American Political Science Review*, v. 80, n. 3, p. 901-920, 1986.

CEPÊDA, V. A. A nova direita no Brasil: contexto e matrizes conceituais. *Mediações*, Londrina, v. 23, n. 2, p. 75-122, 2018.

CERVI, E. O “tempo da política” e a distribuição dos recursos partidários: uma análise do HGPE. *Em Debate*, Belo Horizonte, v. 2, n. 8, p. 12-17, 2010.

CERVI, E. O uso do HGPE como recurso partidário em eleições proporcionais no Brasil: um instrumento de análise de conteúdo. *Opinião Pública*, Campinas, v. 17, n. 1, p. 106-136, 2011.

CERVI, E. 2017. Manual de métodos quantitativos para iniciantes em ciência política. Curitiba: CPOP-UFPR, 2017. 256 p.

CHAVES, M.; BRAGA, A. A pauta da desinformação: “fake news” e análise de categorizações de pertencimento na eleição presidencial brasileira em 2018. *Brazilian Journalism Research*, v. 15, n. 3, p. 498-523, 2019.

CHALOUB, J.; PERLATTO, F. Intelectuais da “nova direita” brasileira: ideias, retórica e prática política. *Insight Inteligência*, Rio de Janeiro, v. 1, p. 25-42, 2016.

CIOCCARI, D. Operação Lava Jato: escândalo, agendamento e enquadramento. *Revista Alterjor*, v. 12, n. 2, p. 58-78, 2015.

CIOCCARI, D.; EZEQUIEL, V.; MOTTINHA, R. A eleição de Jair Bolsonaro: a construção do medo e ódio na campanha eleitoral de 2018. *Revista Debates*, Porto Alegre, v. 13, n. 3, p. 89-105, 2019.

CODATO, A.; BERLATTO, F.; BOLOGNESI, B. Tipologia dos políticos de direita no Brasil: uma classificação empírica. *Análise Social*, Lisboa, v. 4, n. 229, p. 870-897, 2018.

CONTADOR, J. Celso. Campos e armas da competição. São Paulo: Saint Paul, 2008. 608 p.

CONTRERA, F. Política externa americana no pós-guerra fria: como se posicionam democratas e republicanos?. 2017. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2017.

CONTRERA, F.; HEBLING, M. L. Partidos políticos, ideologias e política externa nas eleições presidenciais brasileiras de 2014. *Colombia Internacional*, n. 90, p. 191-220, 2017.

CONTRERA, F.; CASSOTTA, P. L.; HEBLING, M. L. Estudo da aplicação do método padrão do manifesto project para o posicionamento ideológico de partidos argentinos, brasileiros e

chilenos em campanhas presidenciais. In: ENCONTRO DA ABCP, 11., Curitiba. *Anais do 11º Encontro da ABCP*, Curitiba: UFPR, 2018.

CONTRERA, F.; GREGORIO, P. C.; LIMA, B. Interações estratégicas na eleição presidencial de 2018: uma análise das redes configuradas no HGPE. *Confluências - Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito*, v. 22, n. 3, p. 137-171, 2020.

COPPEDGE, M. *A classification of Latin American political parties*. Working paper. Jenkins Hall, Notre Dame: The Helen Kellogg Institute for International Studies, v. 244, 1997.

COUTINHO, J. P. *As ideias conservadoras explicadas a revolucionários e reacionários*. São Paulo: Três Estrelas, 2018.

CRUZ, S. V. Elementos de reflexão sobre o tema da direita (e esquerda) a partir do Brasil no momento atual. In: CRUZ, S. V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (Org.). *Direita, volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, p. 13-48, 2015.

CRUZ, S. V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. Apresentação. In: CRUZ, S. V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (Org.). *Direita, volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, p. 1-12, 2015.

DAMORE, D. F. The dynamics of issue ownership in presidential campaigns. *Political Research Quarterly*, v. 57, n. 3, p. 391-397, 2004.

DANTAS, H. O horário eleitoral gratuito na televisão e o padrão das coligações em eleições majoritárias municipais. *Leviathan*, São Paulo, n. 5, p. 1-14, 2012.

DATAFOLHA. Intenção de voto para presidente da República de 20 a 21 de agosto. São Paulo: Datafolha, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/08/22/pesquisa-datafolha-lula-39-bolsonaro-19-marina-8-alckmin-6-ciro-5.ghtml>. Acesso em: 13 ago. 2020.

DIAMOND, L.; HARTLYN, J.; LINZ, J. J.; LIPSET, S. M. *Democracy in developing countries: Latin America*. 2. ed. Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers, 1999.

DINIZ, S. Interações entre os poderes Executivo e Legislativo no processo decisório: avaliando sucesso e fracasso presidencial. *DADOS – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 48, n. 1, p. 333-369, 2015.

DIX, R. H. Populism: authoritarian and democratic. *Latin American Research Review*, v. 20, n. 2, p. 29-52, 1985.

DIX, R. H. Populism: authoritarian and democratic. *Latin American Research Review*, v. 20, n. 2, p. 29-52, 1985.

DIXIT, A. K.; SKEATH, S. *Games of strategy*. 15. ed. New York: W.W. Norton, 2004.

DOWNS, A. *Uma teoria econômica da democracia*. São Paulo: EdUSP, 1957.

EGAN, P. J. *Partisan Priorities: How Issue Ownership Drives and Distorts American Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.

EMIRBAYER, M.; GOODWIN, J. Network analysis, culture, and the problem of agency. *The American Journal of Sociology*, v. 99, n. 6, p. 1411-1454, 1994.

FAGAN, E. J. Marching Orders? U. S. Party platforms and legislative agenda setting 1948-2014. *Political Research Quarterly*, v. 71, n. 4, p. 949-959, 2018.

FIANI, R. *Teoria dos jogos: com plicação em Administração, Ciências Sociais e Economia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

FIGUEIREDO, A. C.; LIMONGI, F. *Executivo e Legislativo na nova ordem constitucional*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

FIGUEIREDO, M.; ALDÉ, A.; DIAS, H.; JORGE, V. L. Estratégias de persuasão eleitoral: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. *Opinião Pública*, Campinas, v. 4, n. 3, p. 182-203, 1997.

FERETTI, V. E.; JUNCKES, I. J.; CLEMENTE, A. J. Ciência política e análise de redes: uma metodologia para o mapeamento de comunidades temáticas. *Guajú*, Matinhos, v. 4, n. 2, p. 229-251, 2018.

FREEMAN, L. The development of social network analysis: a study in the sociology of science. Vancouver: Empirical Press, 2004.

FOODY, G. M. Explaining the unsuitability of the kappa coefficient in the assessment and comparison of the accuracy of thematic maps obtained by image classification. Elsevier, v. 239, 2020.

GERMANI, G. *Authoritarianism, Fascism, and National Populism*. New Brunswick, N.J.: Transaction Books, 1978.

GOODWYN, L. *Democratic promise: the populist moment in America*. Oxford: Oxford University Press, 1976.

GREEN, J.; HOBOLT, S. B. Owning the issue agenda: party strategies and vote choices in British elections. *Electoral Studies*, v. 27, n. 3, p. 460-476, 2008.

GREGORIO, P. C. Representação política e congruência partidária: uma análise das prioridades programáticas e da agenda legislativa dos deputados federais do partido NOVO em 2019. In: DINIZ, S.; RIBEIRO, P. J. F. (Org.). *Atuação Parlamentar: ensaios sobre atividades legislativas na Câmara dos Deputados*. São Carlos: EDUFSCar, v.1, p. 61-80, 2020.

GREGORIO, P. C.; CONTRERA, F. A direita nas eleições presidenciais de 2018: prioridades temáticas e variações ideológicas. *Agenda Política*, São Carlos, v. 8, n. 1, p. 10-49, 2020.

GROS, D. B. *Institutos liberais e neoliberalismo no Brasil da Nova República*. 2002. 242 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.

HANNEMAN, R. A.; RIDDLE, M. *Introduction to social network methods*. Riverside, CA: University of California, 2005.

HANSEN, A. Content Analysis. In: HANSEN, A.; COTTLE, S.; NEGRINE, R.; NEWBOLD, C. *Mass communication research methods*. New York: New York University Press, 1998.

HAUCK, J. C. R. Os think tanks brasileiros e seus modos de presença na cena política: um olhar sobre suas estratégias de disseminação de ideias e busca de influência nas políticas públicas. In: ENCONTRO DA ABCP, 10., Belo Horizonte. *Anais do 10º Encontro da ABCP*. Belo Horizonte: ABCP, 2016.

HIGGINS, S.; RIBEIRO, A. *Análise de redes em Ciências Sociais*. Brasília: Enap, 2018.

IGNAZI, P. *Extreme right parties in Western Europe*. Oxford: Oxford University Press, 2003.

KAPLAN, N.; PARK, D. K.; RIDOUT, T. N. Dialogue in american political campaigns? An examination of issue convergence in Candidate Television Advertising. *American Journal of Political Science*, v. 50, n. 3, p. 724-736, 2006.

KAYSEL, A. Regressando ao regresso: elementos para uma genealogia das direitas brasileiras. In: CRUZ, S. V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (Org.). *Direita, volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, p. 49-74, 2015.

KENNEY, C. D. Anti-politicians, outsiders and party politics: new conceptual strategies and empirical evidence from Peru. *Party Politics*, v. 4, n. 1, p. 57-75, 1998.

KEYNES, J. M. *Inflação e deflação*. São Paulo: Abril Cultural, 1985.

KEYNES, J. M. *Teoria geral do emprego, do juro e da moeda*. São Paulo: Atlas, 1970.

KINZO, M. D. G. O quadro partidário e a constituinte. In: LAMOUNIER, B. (Ed.). *De Geisel a Collor: o balanço da transição*. São Paulo: Editora Sumaré (IDESP), 1990.

KINZO, M. D. G. *Radiografia do quadro partidário brasileiro*. São Paulo: Konrad-Adenauer-Stiftung, 1993.

KLINGEMANN, H. D.; VOLKENS, A.; BARA, J.; BUDGE, I.; MCDONALD, M. D. *Mapping policy preferences II: estimates for parties, electors, and governments in Eastern Europe, European Union and the OECD (1990-2003)*. Oxford: Oxford University Press, 2006.

LEFEVERE, J.; TRESCH, A.; WALGRAVE, S. Introduction: issue ownership. *West European Politics*, v. 38, n. 4, p. 755-760, 2015.

LENIN, V. *Imperialism: the highest stage of Capitalism*. Londres: Penguin Classics, 2010.

LIMA JR., O. B. de. *Democracia e instituições políticas no Brasil dos anos 80*. São Paulo: Loyola, 1993.

- LIMONGI, F.; CORTEZ, R. As eleições de 2010 e o quadro partidário. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, n. 88, p. 21-37, 2010.
- LÖWY, M. Conservadorismo e extrema-direita na Europa e no Brasil. *Serviço Social e Sociedade*, São Paulo, n. 124, p. 652-664, 2015.
- LYNCH, C. E. C. Cultura política brasileira. In: SANTOS, G.; BRITO, E. (Org.). *Política no Brasil*. São Paulo: Oficina Municipal, p. 57-83, 2015.
- MADEIRA, R. M.; TAROUÇO, G. S. Esquerda e direita no Brasil: uma análise conceitual. *Revista Pós Ciências Sociais*, São Luís, v. 8, n. 15, p. 171-186, 2011.
- MADEIRA, R.; VIEIRA, S.; TAROUÇO, G. Agendas, preferências, competição: PT e PSDB em disputas presidenciais. *Cadernos CRH*, v. 30, p. 257-273, 2017.
- MAINWARING, S. P. *Sistemas partidários em novas democracias: o caso do Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2001.
- MAINWARING, S.; MENEGUELLO, R.; POWER, T. *Partidos conservadores no Brasil contemporâneo: quais são, o que defendem, quais suas bases*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- MIGUEL, L. F. Discursos cruzados: telenoticiários, HPEG e a construção da agenda eleitoral. *Sociologias*, v. 6, n. 11, p. 238-258, 2004.
- MAIR, P. Party systems and structures of competition. In: LEDUC, L.; NEMI, R. G.; NORRIS, P. (Ed.). *Comparing democracies*. London: Sage, p. 83-106, 1996.
- MAIR, P.; MÜLLER, W. C.; PLASSER, F. *Political parties and electoral change party responses to electoral markets*. London: SAGE, 2004.
- MANCINI, P.; SWANSON, D. L. *Politics, media and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. London: Praeger, 1996.
- MASSUCHIN, M. G.; TAVARES, C. Q.; CARVALHO, F.; LIMA, R. A construção da campanha eleitoral majoritária no HGPE: uma análise comparada das estratégias usadas pelos presidenciáveis de 2014. *Política & Sociedade*, v. 15, n. 32, p. 171-203, 2016.
- MASSUCHIN, M. G.; LIMA, D.; SOUSA, S.; SOUSA, N. Campanha online em disputas locais: um estudo das apropriações do Facebook pelos candidatos nas eleições de 2016. *Revista Fronteiras-Estudos midiáticos*, v. 2, n. 1, p. 27-40, 2018.
- MARPOR. *Coding Scheme: CMP*. Manifesto Project Database. Disponível em: https://manifestoproject.wzb.eu/coding_schemes/1. 2020. Acesso em: 17 ago. 2019.
- MAZZOLENI, G. *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial, 2010.
- MCMATH, R. C. *American Populism: a social history (1877-1898)*. New York: Hill and Wang, 1992.

- MELO, C. R.; CÂMARA, R. Estrutura da competição pela presidência e consolidação do sistema partidário no Brasil. *Dados*, Rio de Janeiro, v. 55, n. 1, p. 71-117, 2012.
- MESSEMBERG, D. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 32, n. 3, p. 621-648, 2017.
- MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova*, n.55-56, p. 156-184, 2002.
- MIGUEL, L. F. Televisão e construção da agenda eleitoral no Brasil. *Diálogos Latino-americanos*, Universidade de Aarhus, n. 10, p. 141-154, 2005.
- MIGUEL, L. F.; MACHADO, C. Um equilíbrio delicado: a dinâmica das coligações do PT em eleições municipais (2000 e 2004). *Dados*, Rio de Janeiro, v. 50, n. 4, p. 757-793, 2007.
- MUDDE, C.; KALTWASSER, C. R. *Populismo: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2017.
- MUSSO, P. A filosofia da rede. In: PARENTE, A. (Org.). *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- NETO, O. C. Frente nacionalista, neofascismo e novas direitas no Brasil. *Revista Discente do PPGH-UFRJ*, v. 2, n. 4, p. 20-36, 2016.
- NEUMANN, J. V.; MORGENSTERN, O. *Theory of games and economic behavior*. Davis: California University, 2004.
- NICOLAU, J. Eleições de 2004: polarização entre PT e o PSDB?. *Teoria e Debate*, n. 60, p. 4-8, 2004.
- NORRIS, P. Preaching to the converted? Pluralism, participation and party websites. *Party politics*, Londres, v. 9, n. 1, p. 21-45, 2003.
- OLIVEIRA, M. D.; GAMA, J. A framework to monitor clusters evolution applied to economy and finance problems. *Intelligent Data Analysis*. v. 16, n. 1, p. 93-111, 2012.
- OSGOOG, C. E. The representational model and relevant research method. In: POOL, I. S. (Ed.). *Trends in Content Analysis*. Champaign, Ill: University of Illinois Press, p. 33-88, 1959.
- PANKE, L.; CERVI, E. Análise da comunicação eleitoral: uma proposta metodológica para os estudos do HGPE. *Revista Contemporânea*, Salvador, v. 9, n. 3, p. 390-404, 2011.
- PARANHOS, R. *Manda quem pode, obedece quem é deputado: partidos políticos na relação Executivo-Legislativo na arena subnacional, o caso Pernambuco (1999-2006)*. 2009. 111 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.
- PENTEADO, C. L. C.; LERNER, C.; A direita se mobiliza: estudo do uso de redes sociais de internet por grupos de direita no Brasil. In: CONFERÊNCIA DO PENSAMENTO

COMUNICACIONAL BRASILEIRO, 2., São Bernardo do Campo. *Anais da Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro*. São Bernardo do Campo: PENSACOM, 2015.

PETROCIK, J. R. Issue Ownership in presidential elections: with a 1980 case study. *American Journal of Political Science*, v. 40, n. 3, p. 825-850, 1996.

PETROCIK, J. R.; BENOIT, W. L.; HANSEN, G. J. Issue ownership and presidential campaigning (1952-2000). *Political Science Quarterly*, v. 118, n. 4, p. 599-626, 2003.

PIAIA, V.; ALVES, M. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. In: COMPOLÍTICA, 2., Brasília. Anais do 8º Compolítica. Brasília: FACUNB, 2019.

PIERUCCI, A. F. As bases da nova direita. *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, v. 3, n. 19, p. 26-45, 1987.

PORTO, M.; GUAZINA, L. A política na TV: o horário eleitoral da eleição presidencial de 1994. *Revista Contracampo*, n. 11, p. 5-33, 1999.

PORTO, M.; BASTOS, B.; VASCONCELOS, R. A televisão e o primeiro turno das eleições presidenciais de 2002: análise do Jornal Nacional e do horário eleitoral. In: RUBIM, A. (Org.). *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia, cultura e política*. São Paulo: Hacker. p. 68-70, 2004.

POWER, T.; ZUCCO JR, C. Estimating ideology of Brazilian Legislative Parties (1990-2005): a research communication. *Latin American Research Review*, v. 44, n. 1, p. 219-246, 2009.

QUADROS, M. P. R.; MADEIRA, R. M. Fim da direita envergonhada? Atuação da bancada evangélica e da bancada da bala e os caminhos da representação do conservadorismo no Brasil. *Opinião Pública*, Campinas, v. 24, n. 3, p. 486-522, 2018.

RIBEIRO, E; CARREIRÃO, Y; BORBA, J. Sentimentos partidários e antipetismo: condicionantes e covariantes. *Opinião Pública*, Campinas, v. 22, n. 3, p. 603-637, 2016.

RIBEIRO, P. J.; BORGES, A. The populist challenge: multi-level electoral coordination in Brazil's 2018 elections. *Regional & Federal Studies*, v. 30, p. 363-386, 2020.

ROBERTSON, D. A. *Theory of Party Competition*. London: Wiley, 1976.

RODRIGUES, L. M. Partidos, ideologia e composição social: um estudo das bancadas partidárias na Câmara dos Deputados. São Paulo: EdUsp, 2002.

RODRIGUEZ, L. M. R.; MONTERO, M. G. Coerência partidária nas elites parlamentares Latino Americanas. *Opinião Pública*, Campinas, v. 8, n. 2, p. 189-229, 2002.

SAMUELS, D.; ZUCCO, C. The power of partisanship in Brazil: evidence from survey experiments. *American Journal of Political Science*, v. 58, n. 1, p. 212-225, 2014.

- SANTOS, F.; FARIAS, M.; PINTO, V.; FEITOSA, L.; FARIAS, G. Proposta de aplicação da análise de conteúdo na construção de um instrumento de coleta de dados audiovisuais. *Documentación de las Ciencias de la Información*, Madrid, v. 41, p. 85-100, 2018.
- SANTOS, F.; TANSCHKEIT, T. When old actors leave: the rise of the new political right in Brazil. *Colombia Internacional*, Bogotá, n. 99, p. 151-186, 2019.
- SANTOS, W. G. dos. Paradigma e história: a ordem burguesa na imaginação social brasileira. In: SANTOS, W. G. dos. *Ordem burguesa e liberalismo político*. São Paulo: Duas Cidades, p. 15-64, 1978.
- SANTOS, R. *Manual de vídeo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 3. ed., 1995.
- SARTORI, G. *Partidos e sistemas partidários*. Brasília: EdUnB, 1982.
- SCOTT, J. *Social network analysis: a handbook*. London: SAGE publications, 1991.
- SIDES, J. The origins of campaign agendas. *British Journal of Political Science*, v. 36, n. 3, p. 407-436, 2006.
- SILVA, A. B.; BRITES, C. M.; OLIVEIRA, E. C. R.; BORRI, G. T. A extrema direita na atualidade. *Serviço Social & Sociedade*, São Paulo, n. 119, p. 407-445, 2014.
- SILVA, D.; NASCIMENTO, W.; PARANHOS, R.; ALVES, E.; ALVES, S.; OLIVEIRA, M. A. Downs vence mais uma vez? Posicionamento ideológico-partidário nas eleições 2012. *Revista Política Hoje*, Recife, v. 22, n. 1, p. 206-249, 2013.
- SILVEIRA, S. A. Direita nas redes sociais online. In: CRUZ, S. V.; CODAS, G; KAYSEL, A. (Org.). *Direita, volver! O retorno da direita e o ciclo político brasileiro*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, p. 213-230, 2015.
- SOLANO, E.; ROCHA, C. (Org.). *As direitas nas redes e nas ruas: a crise política no Brasil*. São Paulo: Expressão Popular, 2019.
- STEMPEL, G.; WESTLEY, B. *Research methods in mass communication*. New Jersey: Prentice Hall, 1989.
- TAROUCO, G.; MADEIRA, R. Partidos, programas e o debate sobre esquerda e direita no Brasil. *Revista de Sociologia e Política*, v. 21, n. 45, p. 149-165, 2013.
- TAROUCO, G.; MADEIRA, R. Os partidos brasileiros segundo seus estudiosos: análise de um expert survey. *Civitas*, Porto Alegre, v. 15, n. 1, p. e24-e39, 2015.
- TAROUCO, G.; VIEIRA, S.; MADEIRA, R. Mensuração de preferências políticas: análise de manifestos partidários. *Revista Política Hoje*, v. 24, n. 2, p. 135-150, 2015.
- TATAGIBA, L. 1984, 1992 e 2013: sobre ciclos de protestos e democracia no Brasil. *Política e Sociedade*, Florianópolis, v. 13, n. 28, p. 52-84, 2014.

TATAGIBA, L. Entre as ruas e as instituições: os protestos e o impeachment de Dilma Rousseff. *Lusotopie*, v. 17, p.112-135, 2018.

TATAGIBA, L.; TRINDADE, T.; TEIXEIRA, A. C. Protestos à direita no Brasil (2007-2015). In: CRUZ, S. V.; CODAS, G.; KAYSEL, A. (Org.). *Direita, volver!* O retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, p. 197-212, 2015.

TELLES, H. A direita vai às ruas: o antipetismo, a corrupção e democracia nos protestos antigoverno. *Ponto e Vírgula*, São Paulo, n. 16, p. 97-125, 2016.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Instrução nº 0600920-86.2018.6.00.0000 de 23 de agosto de 2018. Brasília, [DF: TSE]. 2018. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Agosto/propaganda-eleitoral-no-radio-e-na-televisao-comeca-nesta-sexta-feira-31>. Acesso em: 28 jul. 2020.

TSEBELIS, G. *Jogos Ocultos: escolha racional no campo da política comparada*. São Paulo: EdUsp, 1998.

VANDERBRUG, W. Issue ownership and party choice. *Electoral Studies*, v. 23, n. 2, p. 209-233, 2004.

VEIGA, L. F. *Em busca de razões para o voto: o uso que o homem comum faz do horário eleitoral*. 2001. 246 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, IUPERJ, Rio de Janeiro, 2001.

VELÉZ-RODRIGUES, R. A tradição conservadora brasileira. *Revista Nabuco*, n. 3, 2015.

VIANNA, L. W. *A revolução passiva: iberismo e americanismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Revan, 1997.

VIEIRA, S. Introdução à bioestatística. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. 345 p.

VIZONÁ, A. Discursos eleitorais de PT e PSDB nos programas de governo e debates televisivos: ideologia, estratégias e pragmatismo. 2019. 171 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2019.

WALGRAVE, S.; DESWERT, K. The making of the (issues of the) Vlaams Blok: the media and the success of the Belgian extreme-right party. *Political Communication*, v. 21, n. 4, p. 479-500, 2004.

WALGRAVE, S.; LEFEVERE, J.; TRESCH, A. The associative dimension of issue ownership. *Public Opinion Quarterly*, v. 76, n. 4, p. 771-782, 2012.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WELLMAN, B. El análisis estructural de las redes sociales: del método y la metáfora a la teoría y la sustancia. *Debates en sociología*, Lima, n. 22, p. 47-97, 1997.

WIESEHOMMEIER, N.; BENOIT, K. *Parties and presidents in Latin America: data from expert surveys in 18 Latin American countries (2006-2007)*. Dublin: University of Konstanz e Trinity College, 2007

ZUCCO JR., C. Esquerda, direita e governo: a ideologia dos partidos políticos brasileiros. *In: POWER, T.; ZUCCO JR., C. (Ed.). O Congresso por ele mesmo: autopercepções da classe política brasileira*. Belo Horizonte: Editora UFMG, p. 37-60, 2011.

Anexo 1 – Frequência temática dos partidos nos 7 domínios do MARPOR

Dom.	Cat.	Candidatura													
		DC	MDB	NOVO	PATRI	PODE	PSDB	PSL	PDT	PPL	PSOL	PSTU	PT	REDE	
Relações Exteriores	101							0,25%	0,66%	1,03%	0,20%				
	102							0,74%							
	103				1,58%				1,46%	0,34%	2,28%	2,26%	0,22%	0,31%	
	104	0,93%	2,34%		3,16%	0,75%			3,19%	4,25%	1,03%	0,10%		0,66%	0,78%
	105								0,13%		1,47%	1,50%	0,07%		
	106	0,93%						1,52%	0,25%	0,40%				0,29%	0,47%
	107	2,80%	3,51%	1,20%				1,52%	1,47%	2,66%	0,69%	1,11%		1,91%	2,17%
	108		1,17%						0,25%	0,27%	0,34%	0,51%		0,22%	
	109				2,11%					1,06%	0,69%	1,22%		0,37%	
	110														
Liberdade e Democracia	201		0,58%						4,91%	0,13%	1,72%	2,89%	1,50%	1,03%	0,47%
	202		2,34%	2,40%		3,73%			0,25%	0,80%	0,34%	6,84%	2,26%	5,65%	3,10%
	203	4,67%	2,34%	0,40%	1,58%	1,49%			3,69%		0,69%	1,72%		2,20%	0,93%
	204		2,34%	7,20%		11,19%					0,69%	1,67%		0,66%	1,71%
Sistema Político	301	2,80%	1,17%	1,20%		3,73%	1,52%	2,70%	0,53%		1,62%			3,96%	2,79%
	302								0,40%					0,29%	0,47%
	303	13,08%	8,19%	14,00%	19,47%	11,19%	21,21%	12,29%	7,04%	1,38%	4,30%			3,67%	8,84%
	304	2,80%		2,40%		5,22%	4,55%	3,69%	1,73%	0,69%	0,61%	5,26%		0,88%	2,95%
	305		28,65%	21,60%	10%	6,72%		5,90%	2,26%	10%	5,42%	12,03%	11,75%		2,64%
Economia	401		0,58%	5,20%		3,73%		6,14%	0,93%		0,05%			0,66%	0,78%
	402	4,67%	1,17%	0,40%		2,24%		2,70%	2,26%	0,34%	0,20%			0,88%	0,78%
	403						3,03%	4,42%	0,53%	3,10%	7,19%			1,76%	1,09%
	404					1,49%			1,33%		0,05%				
	405								0,13%		0,25%			0,07%	
	406				1,05%				0,25%	2,79%	1,72%	0,25%		0,81%	
	407		2,92%	4,40%	0,53%	5,22%	3,03%	0,98%	0,27%						2,64%
	408	1,87%	3,51%	4,00%	5,26%	6,72%	1,52%	1,72%	1,59%		0,25%	1,50%	0,59%		1,40%
	409	0,93%								1,06%	7,59%	5,72%	8,27%	5,65%	0,62%
	410	0,93%		0,40%	3,16%	0,75%	9,09%	0,98%			0,69%			0,51%	0,78%
	411	6,54%	5,26%	0,40%	11,05%	5,22%	3,03%	6,14%	6,64%	5,52%	3,09%			5,14%	5,12%
	412									1,03%	0,35%	2,26%	0,44%		
	413				1,58%					0,93%	5,52%	1,67%	9,02%	1,32%	0,16%
	414		1,17%	3,20%	1,05%	0,75%	1,52%	5,90%	6,11%					0,15%	3,72%
	415											3,44%	21,80%	0,07%	
	416		1,75%	3,20%		5,97%	1,52%		3,98%	3,45%	1,72%			8,81%	7,60%
Bem-estar e qualidade de vida	501	1,87%	2,34%	2,00%		2,24%	9,09%		1,33%	2,41%	2,58%			3,52%	4,19%
	502	1,87%				0,75%	1,52%		2,12%	1,72%	5,92%			3,38%	5,27%
	503	8,41%	3,51%	0,40%		1,49%	4,55%	0,49%	4,38%	12,07%	5,01%	7,52%	4,48%		5,12%
	504	15,89%	12,28%	13,60%	5,79%	9,70%	12,12%	4,91%	11,16%	5,86%	11,24%			9,03%	12,56%
	505							2,70%							
	506	5,61%	1,75%	5,60%	5,79%	2,24%	3,03%	2,70%	6,77%	7,24%	3,95%			4,48%	4,34%

	507							1,23%						
Princípios da Sociedade	601				1,05%			2,46%	0,66%			0,15%		0,59%
	602							0,25%						
	603	2,80%	1,17%		7,89%	0,75%		1,72%						0,16%
	604									1,72%	2,53%	3,76%	0,44%	
	605	7,48%	7,02%	3,60%	4,74%	1,49%	9,09%	5,41%	4,12%	3,45%	1,32%		3,38%	1,24%
	606	0,93%			1,58%			2,70%						
	607	0,93%						0,49%	1,86%		1,62%	2,26%	1,25%	1,86%
	608	1,87%												
Grupos Sociais	701								0,13%	1,72%	1,82%	6,77%	1,25%	
	702							0,74%						
	703	0,93%	1,75%	0,80%		2,99%	1,52%	3,19%	0,80%	5,17%	0,46%	1,50%	1,32%	3,26%
	704	3,74%	1,17%	2,00%	3,68%	0,75%	1,52%	0,25%	2,26%	0,69%	0,71%	0,75%	0,81%	0,16%
	705	1,87%			1,58%		4,55%		2,52%	2,07%	4,05%	5,26%	1,69%	2,17%
	706								7,84%	2,76%	1,82%	4,51%	2,79%	3,57%
Não Clas.	000	2,80%		0,40%	6,32%	1,49%		1,97%	1,73%	4,48%	0,61%		0,88%	3,88%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: elaboração própria a partir dos manifestos pelo método do MARPOR (2020).

Anexo 2 – Frequência temática dos partidos nos 7 domínios do MARPOR

Dom.	Cat.	Candidatura												
		DC	MDB	NOVO	PATRI	PODE	PSDB	PSL	PDT	PPL	PSOL	PSTU	PT	REDE
Relações Exteriores	101						1,62%							
	102													
	103						0,40%							
	104						1,01%							
	105													
	106												0,34%	
	107												2,36%	
	108													
	109													
	110													
Liberdade e Democracia	201				25,00%								1,68%	
	202					0,59%	3,24%			12,50%	3,39%		7,41%	1,67%
	203	8,33%												
	204		7,51%	50%		4,12%	0,40%				10,17%	29,82%		1,67%
Sistema Político	301													
	302													
	303	8,33%	14,33%			5,29%	15,59%		8,06%		1,69%		6,73%	3,33%
	304		5,46%	10%	25,00%	49,41%	2,02%		4,84%		6,78%			3,33%
	305		25,26%			13,53%	31,58%		20,97%		10,17%	7,02%	6,73%	1,67%
Economia	401						0,20%							
	402						0,61%							

	403														
	404														
	405														
	406														
	407		1,37%				0,61%								
	408		10,24%				2,43%						1,01%		
	409						1,21%		4,84%		5,08%		6,40%		
	410		1,02%				0,20%		2,42%	12,50%			0,34%		
	411						2,02%		8,06%				1,35%		
	412												0,67%		
	413						0,81%								
	414		2,73%				0,40%		6,45%		1,69%	42,11%			
	415											8,77%			
	416														
Bem-estar e qualidade de vida	501														3,33%
	502														
	503					0,59%	1,21%				11,86%		4,38%	11,67%	
	504	8,33%	12,29%			1,76%	14,98%		23,39%		6,78%	1,75%	32,32%	16,67%	
	505														
	506		1,02%				1,01%		3,23%				12,12%	13,33%	
	507														
Princípios da Sociedade	601		11,60%				1,62%	28,57%	1,61%	25,00%			1,01%	3,33%	
	602														
	603	58,33%	0,34%		50%	0,59%	0,61%	42,86%					0,67%		
	604					0,59%	4,45%				8,47%	3,51%	0,34%	3,33%	
	605		1,02%			4,12%	6,48%						0,67%	3,33%	
	606														
	607												0,67%		
	608														
Grupos Sociais	701										1,69%				
	702														
	703						0,20%								
	704														
	705														
	706						4,05%				10,17%	1,75%	4,71%	10,00%	
Não Clas.	000	16,67%	5,80%	40%		19,41%	1,01%	28,57%	16,13%	50%	22,03%	5,26%	8,08%	23,33%	
<i>Total</i>		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: elaboração própria a partir do HGPE pelo método do MARPOR (2020).

Anexo 3 – Teste de hipótese para distribuição das categorias para cada candidatura

DC			MDB		
Teste-z: duas amostras para médias			Teste-z: duas amostras para médias		
	<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>		<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>
Média	1,754385965	1,754386	Média	1,754385965	1,754386
Variância conhecida	10,171511	66,312	Variância conhecida	18,418366	21,264
Observações	57	57	Observações	57	57
Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0	
z	-1,91687E-16		z	-1,3306E-15	
P(Z<=z) uni-caudal	0,5		P(Z<=z) uni-caudal	0,5	
z crítico uni-caudal	1,644853627		z crítico uni-caudal	1,644853627	
P(Z<=z) bi-caudal	1		P(Z<=z) bi-caudal	1	
z crítico bi-caudal	1,959963985		z crítico bi-caudal	1,959963985	

NOVO			PATRIOTA		
Teste-z: duas amostras para médias			Teste-z: duas amostras para médias		
	<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>		<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>
Média	1,7544	1,754386	Média	1,7544	1,754386
Variância conhecida	15,627	71,867	Variância conhecida	12,488	63,831
Observações	57	57	Observações	57	57
Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0	
z	4E-16		z	0	
P(Z<=z) uni-caudal	0,5		P(Z<=z) uni-caudal	0,5	
z crítico uni-caudal	1,6449		z crítico uni-caudal	1,6449	
P(Z<=z) bi-caudal	1		P(Z<=z) bi-caudal	1	
z crítico bi-caudal	1,96		z crítico bi-caudal	1,96	

PODEMOS			PSTU		
Teste-z: duas amostras para médias			Teste-z: duas amostras para médias		
	<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>		<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>
Média	1,7544	1,754386	Média	1,754385965	1,754386
Variância conhecida	8,1646	51,65	Variância conhecida	14,58399	47,487
Observações	57	57	Observações	57	57
Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0	
z	0		z	4,25562E-16	
P(Z<=z) uni-caudal	0,5		P(Z<=z) uni-caudal	0,5	
z crítico uni-caudal	1,6449		z crítico uni-caudal	1,644853627	
P(Z<=z) bi-caudal	1		P(Z<=z) bi-caudal	1	
z crítico bi-caudal	1,96		z crítico bi-caudal	1,959963985	

PSDB			PSL		
Teste-z: duas amostras para médias			Teste-z: duas amostras para médias		
	<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>		<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>

Média	1,754385965	1,754386	Média	1,754385965	1,754386
Variância conhecida	14,084799	25,099	Variância conhecida	5,8049563	58,821
Observações	57	57	Observações	57	57
Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0	
z	5,35617E-16		z	8,34131E-16	
P(Z<=z) uni-caudal	0,5		P(Z<=z) uni-caudal	0,5	
z crítico uni-caudal	1,644853627		z crítico uni-caudal	1,644853627	
P(Z<=z) bi-caudal	1		P(Z<=z) bi-caudal	1	
z crítico bi-caudal	1,959963985		z crítico bi-caudal	1,959963985	

PDT			PPL		
Teste-z: duas amostras para médias			Teste-z: duas amostras para médias		
	<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>		<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>
Média	1,7544	1,754386	Média	1,7544	1,754386
Variância conhecida	5,7707	23,37	Variância conhecida	7,0931	58,251
Observações	57	57	Observações	57	57
Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0	
z	6E-16		z	0	
P(Z<=z) uni-caudal	0,5		P(Z<=z) uni-caudal	0,5	
z crítico uni-caudal	1,6449		z crítico uni-caudal	1,6449	
P(Z<=z) bi-caudal	1		P(Z<=z) bi-caudal	1	
z crítico bi-caudal	1,96		z crítico bi-caudal	1,96	

PSOL			PT		
Teste-z: duas amostras para médias			Teste-z: duas amostras para médias		
	<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>		<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>
Média	1,7544	1,754386	Média	1,754385965	1,754386
Variância conhecida	5,3984	17,335	Variância conhecida	6,3082224	23,64
Observações	57	57	Observações	57	57
Hipótese da diferença de média	0		Hipótese da diferença de média	0	
z	7E-16		z	-1,22533E-15	
P(Z<=z) uni-caudal	0,5		P(Z<=z) uni-caudal	0,5	
z crítico uni-caudal	1,6449		z crítico uni-caudal	1,644853627	
P(Z<=z) bi-caudal	1		P(Z<=z) bi-caudal	1	
z crítico bi-caudal	1,96		z crítico bi-caudal	1,959963985	

REDE		
Teste-z: duas amostras para médias		
	<i>Variável 1</i>	<i>Variável 2</i>
Média	1,7544	1,754386
Variância conhecida	6,2798	20,28
Observações	57	57
Hipótese da diferença de média	0	

z	7E-16
P(Z<=z) uni-caudal	0,5
z crítico uni-caudal	1,6449
P(Z<=z) bi-caudal	1
z crítico bi-caudal	1,96

Legenda: Variável 1 = Manifesto; Variável 2 = HGPE.

Fonte: Elaboração própria a partir de software de análise de dados do Excel.

Anexo 4 – Teste de hipótese para diferenças de proporção para domínios (Qui-quadrado)

Partidos	Manifesto		X ²	HGPE		X ²		Manifesto	HGPE	Manifesto	HGPE
	1	Fe	(Fo-Fe)² / Fe	1	Fe	(Fo-Fe)² / Fe	Marginal Linha	Rb	Rb	Rp	Rp
DC	4,67	4,28	0,04	0	0,39	0,39	4,67	0,39	-0,39	0,188781374	-0,624923813
MDB	7,02	6,43	0,05	0	0,59	0,59	7,02	0,59	-0,59	0,231456435	-0,766191253
NOVO	1,2	1,10	0,01	0	0,10	0,10	1,2	0,10	-0,10	0,095695458	-0,316781096
PATRIOTA	6,84	6,27	0,05	0	0,57	0,57	6,84	0,57	-0,57	0,228469775	-0,7563045
PODEMOS	0,75	0,69	0,01	0	0,06	0,06	0,75	0,06	-0,06	0,075653902	-0,250437446
PSDB	3,03	5,56	1,15	3,04	0,51	12,63	6,07	-2,53	2,53	-1,073743441	3,554417631
PSL	6,14	5,63	0,05	0	0,51	0,51	6,14	0,51	-0,51	0,216463606	-0,716560426
PDT	10,89	9,98	0,08	0	0,91	0,91	10,89	0,91	-0,91	0,288280086	-0,954294836
PPL	4,14	3,79	0,03	0	0,35	0,35	4,14	0,35	-0,35	0,177746425	-0,588394771
PSOL	6,89	6,31	0,05	0	0,58	0,58	6,89	0,58	-0,58	0,229303305	-0,759063738
PSTU	3,76	3,45	0,03	0	0,31	0,31	3,76	0,31	-0,31	0,169392675	-0,560741316
PT	3,74	5,89	0,79	2,69	0,54	8,61	6,43	-2,15	2,15	-0,886663243	2,935125231
REDE	3,72	3,41	0,03	0	0,31	0,31	3,72	0,31	-0,31	0,168489241	-0,557750674
Marginal Coluna	62,79		2,37	5,73		25,93	68,52				

Legenda: 1 = Relações Exteriores; Fe = Frequência esperada; Fo = Frequência observada; X² = Qui-quadrado; Rb = Resíduos brutos; Rp = Resíduos padronizados.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados.

Grau de liberdade = 12
 Confiança = 95%
 Limite Crítico = 21,026
 $X^2 = 2,37 + 25,93 = 28,30$

Partidos	Manifesto		X ²	HGPE		X ²		Manifesto	HGPE	Manifesto	HGPE
	2	Fe	(Fo-Fe)² / Fe	2	Fe	(Fo-Fe)² / Fe	Marginal Linha	Rb	Rb	Rp	Rp
DC	4,67	4,41	0,01	8,33	8,59	0,01	13	0,26	-0,26	0,121773036	-0,08731392
MDB	7,6	5,13	1,19	7,51	9,98	0,61	15,11	2,47	-2,47	1,090198791	-0,781696288
NOVO	10	20,37	5,28	50	39,63	2,72	60	-10,37	10,37	-2,298146824	1,647821347
PATRIOTA	1,58	9,03	6,14	25	17,55	3,16	26,58	-7,45	7,45	-2,478276273	1,776978087
PODEMOS	16,42	7,17	11,91	4,71	13,96	6,12	21,13	9,25	-9,25	3,451588546	-2,474864195
PSDB	0	1,24	1,24	3,64	2,40	0,64	3,64	-1,24	1,24	-1,111739053	0,797141125
PSL	8,85	3,01	11,37	0	5,84	5,84	8,85	5,84	-5,84	3,371778978	-2,417638995

PDT	0,93	0,32	1,19	0	0,61	0,61	0,93	0,61	-0,61	1,093022086	-0,783720652
PPL	3,45	5,42	0,71	12,5	10,53	0,37	15,95	-1,97	1,97	-0,844721319	0,605683592
PSOL	13,11	9,06	1,82	13,56	17,61	0,93	26,67	4,05	-4,05	1,347225518	-0,965990051
PSTU	3,76	11,40	5,12	29,82	22,18	2,63	33,58	-7,64	7,64	-2,2631872	1,622754535
PT	9,54	6,33	1,63	9,09	12,30	0,84	18,63	3,21	-3,21	1,277941221	-0,9163117
REDE	6,2	3,24	2,72	3,33	6,29	1,40	9,53	2,96	-2,96	1,647752144	-1,18147419
Marginal Coluna	86,11		50,34	167,49		25,88	253,6				

Legenda: 2 = Liberdade e democracia; Fe = Frequência esperada; Fo = Frequência observada; X^2 = Qui-quadrado; Rb = Resíduos brutos; Rp = Resíduos padronizados.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados.

Grau de liberdade = 12
 Confiança = 95%
 Limite Crítico = 21,026
 $X^2 = 2,37 + 25,93 = 76,22$

Partidos	Manifesto	X^2		HGPE		X^2	Marginal Linha	Manifesto		HGPE	
		Fe	$(Fo-Fe)^2 / Fe$	3	Fe			Rb	Rb	Rp	Rp
DC	18,69	13,71	1,81	8,33	13,31	1,87	27,02	4,98	-4,98	1,346416884	-1,366038303
MDB	38,01	42,13	0,40	45,05	40,93	0,41	83,06	-4,12	4,12	-0,634866878	0,644118834
NOVO	39,2	24,96	8,13	10	24,24	8,37	49,2	14,24	-14,24	2,851339737	-2,892892492
PATRIOTA	29,47	27,63	0,12	25	26,84	0,13	54,47	1,84	-1,84	0,350243287	-0,355347405
PODEMOS	26,87	48,24	9,47	68,24	46,87	9,75	95,11	-21,37	21,37	-3,077144584	3,121988007
PSDB	27,27	38,78	3,42	49,19	37,68	3,52	76,46	-11,51	11,51	-1,848715253	1,875656698
PSL	24,57	12,46	11,76	0	12,11	12,11	24,57	12,11	-12,11	3,429571511	-3,479550874
PDT	11,95	23,24	5,49	33,87	22,58	5,65	45,82	-11,29	11,29	-2,342166202	2,376298739
PPL	12,07	6,12	5,78	0	5,95	5,95	12,07	5,95	-5,95	2,40375898	-2,438789112
PSOL	11,95	15,52	0,82	18,64	15,07	0,84	30,59	-3,57	3,57	-0,905358678	0,918552527
PSTU	17,29	12,33	1,99	7,02	11,98	2,05	24,31	4,96	-4,96	1,412248953	-1,432829746
PT	20,56	17,26	0,63	13,47	16,77	0,65	34,03	3,30	-3,30	0,79401209	-0,805583278
REDE	17,67	13,19	1,52	8,33	12,81	1,57	26	4,48	-4,48	1,23416862	-1,252154238
Marginal Coluna	295,57		51,35	287,14		52,86	582,71				

Legenda: 3 = Sistema político; Fe = Frequência esperada; Fo = Frequência observada; X^2 = Qui-quadrado; Rb = Resíduos brutos; Rp = Resíduos padronizados.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados.

Grau de liberdade = 12
 Confiança = 95%
 Limite Crítico = 21,026
 $X^2 = 2,37 + 25,93 = 104,21$

Partidos	Manifesto	X^2		HGPE		X^2	Marginal Linha	Manifesto		HGPE	
		Fe	$(Fo-Fe)^2 / Fe$	4	Fe			Rb	Rb	Rp	Rp
DC	18,69	13,71	1,81	8,33	13,31	1,87	27,02	4,98	-4,98	1,346416884	-1,366038303
MDB	38,01	42,13	0,40	45,05	40,93	0,41	83,06	-4,12	4,12	-0,634866878	0,644118834
NOVO	39,2	24,96	8,13	10	24,24	8,37	49,2	14,24	-14,24	2,851339737	-2,892892492
PATRIOTA	29,47	27,63	0,12	25	26,84	0,13	54,47	1,84	-1,84	0,350243287	-0,355347405
PODEMOS	26,87	48,24	9,47	68,24	46,87	9,75	95,11	-21,37	21,37	-3,077144584	3,121988007
PSDB	27,27	38,78	3,42	49,19	37,68	3,52	76,46	-11,51	11,51	-1,848715253	1,875656698
PSL	24,57	12,46	11,76	0	12,11	12,11	24,57	12,11	-12,11	3,429571511	-3,479550874
PDT	11,95	23,24	5,49	33,87	22,58	5,65	45,82	-11,29	11,29	-2,342166202	2,376298739
PPL	12,07	6,12	5,78	0	5,95	5,95	12,07	5,95	-5,95	2,40375898	-2,438789112
PSOL	11,95	15,52	0,82	18,64	15,07	0,84	30,59	-3,57	3,57	-0,905358678	0,918552527
PSTU	17,29	12,33	1,99	7,02	11,98	2,05	24,31	4,96	-4,96	1,412248953	-1,432829746
PT	20,56	17,26	0,63	13,47	16,77	0,65	34,03	3,30	-3,30	0,79401209	-0,805583278
REDE	17,67	13,19	1,52	8,33	12,81	1,57	26	4,48	-4,48	1,23416862	-1,252154238
Marginal Coluna	295,57		51,35	287,14		52,86	582,71				

DC	14,95	10,89	1,52	0	4,06	4,06	14,95	4,06	-4,06	1,231404336	-2,015704051
MDB	16,37	23,11	1,96	15,36	8,62	5,26	31,73	-6,74	6,74	-1,401420576	2,294006159
NOVO	21,2	15,44	2,15	0	5,76	5,76	21,2	5,76	-5,76	1,466385011	-2,400347408
PATRIOTA	23,68	17,24	2,40	0	6,44	6,44	23,68	6,44	-6,44	1,549783138	-2,53686304
PODEMOS	32,09	23,37	3,25	0	8,72	8,72	32,09	8,72	-8,72	1,804118005	-2,953187563
PSDB	22,73	22,74	0,00	8,5	8,49	0,00	31,23	-0,01	0,01	-0,002602539	0,004260134
PSL	29,24	21,29	2,97	0	7,95	7,95	29,24	7,95	-7,95	1,722141238	-2,818998575
PDT	28,55	36,64	1,79	21,77	13,68	4,79	50,32	-8,09	8,09	-1,337121753	2,188754461
PPL	28,97	30,20	0,05	12,5	11,27	0,13	41,47	-1,23	1,23	-0,223717497	0,366206494
PSOL	24,25	22,60	0,12	6,78	8,43	0,32	31,03	1,65	-1,65	0,347785139	-0,56929466
PSTU	42,86	68,26	9,45	50,88	25,48	25,33	93,74	-25,40	25,40	-3,074689726	5,033005288
PT	26,87	26,67	0,00	9,76	9,96	0,00	36,63	0,20	-0,20	0,037791319	-0,061861171
REDE	24,65	17,95	2,50	0	6,70	6,70	24,65	6,70	-6,70	1,581206329	-2,588300129
Marginal Coluna	336,41		28,17	125,55		75,47	461,96				

Legenda: 4 = Economia; Fe = Frequência esperada; Fo = Frequência observada; X² = Qui-quadrado; Rb = Resíduos brutos; Rp = Resíduos padronizados.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados.

Grau de liberdade = 12

Confiança = 95%

Limite Crítico = 21,026

X² = 2,37 + 25,93 = 103,64

Partidos	Manifesto		X²	HGPE		X²		Manifesto	HGPE	Manifesto	HGPE
	5	Fe	(Fo-Fe)² / Fe	5	Fe	(Fo-Fe)² / Fe	Marginal Linha	Rb	Rb	Rp	Rp
DC	33,64	25,89	2,32	8,33	16,08	3,73	41,97	7,75	-7,75	1,522710899	-1,932327023
MDB	19,88	20,48	0,02	13,31	12,71	0,03	33,19	-0,60	0,60	-0,131567653	0,166959947
NOVO	21,6	13,33	5,14	0	8,27	8,27	21,6	8,27	-8,27	2,266796132	-2,876574551
PATRIOTA	11,58	7,14	2,75	0	4,44	4,44	11,58	4,44	-4,44	1,65973926	-2,106216633
PODEMOS	16,42	11,58	2,02	2,35	7,19	3,26	18,77	4,84	-4,84	1,422493097	-1,805150179
PSDB	30,3	29,31	0,03	17,21	18,20	0,05	47,51	0,99	-0,99	0,182951448	-0,232166216
PSL	12,04	7,43	2,86	0	4,61	4,61	12,04	4,61	-4,61	1,692383688	-2,14764256
PDT	25,76	32,31	1,33	26,61	20,06	2,14	52,37	-6,55	6,55	-1,151960231	1,461842746
PPL	29,31	18,08	6,97	0	11,23	11,23	29,31	11,23	-11,23	2,640544535	-3,350862965
PSOL	28,71	29,21	0,01	18,64	18,14	0,01	47,35	-0,50	0,50	-0,092664885	0,117592158
PSTU	7,52	5,72	0,57	1,75	3,55	0,91	9,27	1,80	-1,80	0,753206951	-0,95582303
PT	24,89	45,47	9,32	48,82	28,24	15,00	73,71	-20,58	20,58	-3,05229262	3,873373148
REDE	31,47	47,18	5,23	45	29,29	8,42	76,47	-15,71	15,71	-2,286596834	2,901701731
Marginal Coluna	293,12		38,57	182,02		62,11	475,14				

Legenda: 5 = Bem-estar e qualidade de vida; Fe = Frequência esperada; Fo = Frequência observada; X² = Qui-quadrado; Rb = Resíduos brutos; Rp = Resíduos padronizados.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados.

Grau de liberdade = 12

Confiança = 95%

$$\text{Limite Crítico} = 21,026$$

$$X^2 = 2,37 + 25,93 = 100,68$$

Partidos	Manifesto		X ²	HGPE		X ²		Manifesto	HGPE	Manifesto	HGPE
	6	Fe	(Fo-Fe) ² / Fe	6	Fe	(Fo-Fe) ² / Fe	Marginal Linha	Rb	Rb	Rp	Rp
DC	14,02	19,60	1,59	58,33	52,75	0,59	72,35	-5,58	5,58	-1,26058192	0,768427069
MDB	8,19	5,73	1,05	12,97	15,43	0,39	21,16	2,46	-2,46	1,026339938	-0,625637555
NOVO	3,6	0,98	7,06	0	2,62	2,62	3,6	2,62	-2,62	2,657710241	-1,620090261
PATRIOTA	15,26	17,68	0,33	50	47,58	0,12	65,26	-2,42	2,42	-0,57557342	0,350858749
PODEMOS	2,24	2,04	0,02	5,29	5,49	0,01	7,53	0,20	-0,20	0,140014578	-0,085350258
PSDB	9,09	6,03	1,56	13,16	16,22	0,58	22,25	3,06	-3,06	1,247179015	-0,76025691
PSL	13,02	22,88	4,25	71,43	61,57	1,58	84,45	-9,86	9,86	-2,061187226	1,256461031
PDT	6,64	2,24	8,68	1,61	6,01	3,23	8,25	4,40	-4,40	2,946398801	-1,796069386
PPL	5,17	8,17	1,10	25	22,00	0,41	30,17	-3,00	3,00	-1,050600632	0,640426419
PSOL	5,62	3,82	0,85	8,47	10,27	0,32	14,09	1,80	-1,80	0,922702251	-0,562461967
PSTU	6,02	2,58	4,58	3,51	6,95	1,70	9,53	3,44	-3,44	2,139725653	-1,304336582
PT	5,65	2,44	4,21	3,37	6,58	1,56	9,02	3,21	-3,21	2,05108223	-1,250301215
REDE	3,26	3,59	0,03	10	9,67	0,01	13,26	-0,33	0,33	-0,175366743	0,106900274
Marginal Coluna	97,78		35,31	263,14		13,12	360,92				

Legenda: 6 = Princípios da sociedade; Fe = Frequência esperada; Fo = Frequência observada; X² = Qui-quadrado; Rb = Resíduos brutos; Rp = Resíduos padronizados.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados.

$$\text{Grau de liberdade} = 12$$

$$\text{Confiança} = 95\%$$

$$\text{Limite Crítico} = 21,026$$

$$X^2 = 2,37 + 25,93 = 48,44$$

Partidos	Manifesto		X ²	HGPE		X ²		Manifesto	HGPE	Manifesto	HGPE
	7	Fe	(Fo-Fe) ² / Fe	7	Fe	(Fo-Fe) ² / Fe	Marginal Linha	Rb	Rb	Rp	Rp
DC	6,54	4,98	0,49	0	1,56	1,56	6,54	1,56	-1,56	0,701032955	-1,25052753
MDB	2,92	2,22	0,22	0	0,70	0,70	2,92	0,70	-0,70	0,468425993	-0,835594954
NOVO	2,8	2,13	0,21	0	0,67	0,67	2,8	0,67	-0,67	0,458699826	-0,818245072
PATRIOTA	5,26	4,00	0,40	0	1,26	1,26	5,26	1,26	-1,26	0,628698511	-1,121494776
PODEMOS	3,73	2,84	0,28	0	0,89	0,89	3,73	0,89	-0,89	0,529424428	-0,944406133
PSDB	7,58	9,00	0,22	4,25	2,83	0,71	11,83	-1,42	1,42	-0,473719217	0,845037196
PSL	4,18	3,18	0,31	0	1,00	1,00	4,18	1,00	-1,00	0,560451068	-0,999752557
PDT	13,55	10,31	1,02	0	3,24	3,24	13,55	3,24	-3,24	1,009065151	-1,800006322
PPL	12,41	9,44	0,93	0	2,97	2,97	12,41	2,97	-2,97	0,965684922	-1,722623127
PSOL	8,86	15,77	3,02	11,86	4,95	9,62	20,72	-6,91	6,91	-1,739169829	3,102393026
PSTU	18,8	15,64	0,64	1,75	4,91	2,04	20,55	3,16	-3,16	0,800108239	-1,427261547
PT	7,86	9,56	0,30	4,71	3,01	0,97	12,57	-1,70	1,70	-0,551089327	0,983052751

REDE	9,15	14,57	2,02	10	4,58	6,42	19,15	-5,42	5,42	-1,420136153	2,533289404
Marginal Coluna	103,64		10,07	32,57		32,05	136,21				

Legenda: 7 = Grupos sociais; Fe = Frequência esperada; Fo = Frequência observada; X^2 = Qui-quadrado; Rb = Resíduos brutos; Rp = Resíduos padronizados.

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados.

Grau de liberdade = 12

Confiança = 95%

Limite Crítico = 21,026

$X^2 = 2,37 + 25,93 = 42,12$