

# DEBATES ELEITORAIS

---

PREPARE-SE OU MORRA!

---

Amostra

RODRIGO MENDES  
LEONARDO LAMOUNIER  
(ORGANIZADORES)

# DEBATES ELEITORAIS

---

PREPARE-SE OU MORRA!

---

ALEK MARACAJÁ • BRUNO SOLLER • DARLAN CAMPOS • EDUARDO GUEDES •  
EMERSON SARAIVA • FERNANDA AGUIAR VIEIRA • FERNANDO MITRE  
• GABRIELA ROLLEMBERG • JOSMAR ANDRADE • JOÃO HENRIQUE FARIA •  
JUAREZ GUEDES • LEONARDO LAMOUNIER • LUCAS PIMENTA •  
• MARCELLO NATALE • MÁRIO ROSA • PAULO DE TARSO SANTOS •  
RODRIGO MENDES • RODRIGO PEDREIRA • VALTER LAGOA



ALTA BOOKS

GRUPO EDITORIAL

Rio de Janeiro, 2026

# Debates Eleitorais

Copyright © 2026 STARLIN ALTA EDITORA E CONSULTORIA LTDA.

Copyright © 2026 Rodrigo Mendes e Leonardo Lamounier

ISBN: 978-85-508-2930-2

Alta Cult é um selo do Grupo Editorial Alta Books (Starlin Alta Editora e Consultoria LTDA.).

Produção Editorial: Grupo Editorial Alta Books

Impresso no Brasil – 1ª Edição, 2026 – Edição revisada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 2009.

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M538d

L238d

Debates eleitorais: prepare-se ou morra! /  
organização Rodrigo Mendes e Leonardo Lamounier. –  
Rio de Janeiro: Alta Books, 2026.  
384 p.; il.; 15,7 x 23 cm.

ISBN 978-85-508-2930-2

1. Campanhas eleitorais. 2. Debates políticos. 3.  
Comunicação política. 4. Estratégia eleitoral.  
I. Lamounier, Leonardo. II. Título.

CDD 324.73

## Índice para catálogo sistemático:

1. Campanhas eleitorais : Debates políticos – 324.73

Todos os direitos estão reservados e protegidos por Lei. Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia por escrito da editora, poderá ser reproduzida ou transmitida. A violação dos Direitos Autorais é crime estabelecido na Lei nº 9.610/98 e com punição de acordo com o artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta obra fora formulado exclusivamente pelo(s) autor(es).

**Marcas Registradas:** Todos os termos mencionados e reconhecidos como Marca Registrada e/ou Comercial são de responsabilidade de seus proprietários. A editora informa não estar associada a nenhum produto e/ou fornecedor apresentado no livro.

**Material de apoio e erratas:** Se parte integrante da obra e/ou por real necessidade, no site da editora o leitor encontrará os materiais de apoio (download), errata e/ou quaisquer outros conteúdos aplicáveis à obra. Acesse o site [www.altabooks.com.br](http://www.altabooks.com.br) e procure pelo título do livro desejado para ter acesso ao conteúdo.

**Suporte Técnico:** A obra é comercializada na forma em que está, sem direito a suporte técnico ou orientação pessoal/exclusiva ao leitor.

A editora não se responsabiliza pela manutenção, atualização e idioma dos sites, programas, materiais complementares ou similares referidos pelos autores nesta obra.

**Produção Editorial:** Grupo Editorial Alta Books

**Diretor Editorial:** Anderson Vieira

**Editor da Obra:** J. A. Ruggeri

**Vendas Governamentais:** Cristiane Mutus

**Produtora Editorial:** Rita Motta



Rua Viúva Cláudio, 291 – Bairro Industrial do Jacaré

CEP: 20.970-031 – Rio de Janeiro (RJ)

Tels.: (21) 3278-8069 / 3278-8419

[www.altabooks.com.br](http://www.altabooks.com.br) – [altabooks@altabooks.com.br](mailto:altabooks@altabooks.com.br)

Ouvidoria: [ouvidoria@altabooks.com.br](mailto:ouvidoria@altabooks.com.br)

Editora  
afiliada à:



# Sumário

Prefácio	1
Apresentação	5
BASTIDORES E PREPARAÇÃO	11
Uma Conversa com o “Senhor Debate”	13
Preparação para Comunicação: Muito Além do Media Training	33
Reuniões Preparatórias: O Debate Que Ninguém Vê	45
Legislação e Regras do Jogo Eleitoral	59
HISTÓRIA E CIÊNCIA DOS DEBATES	85
Do Improviso ao Hiperbriefing: A História dos Debates no Brasil	87
Debate Não se Improvisa: A Ciência da Preparação Estratégica	118
Guia Completo para Debates: Da Abertura às Considerações Finais	140
ESTRATÉGIA E PESQUISA	173
Uma Vitrine, Muitos Olhares — Postura, Comunicação Não Verbal, Imagem e Opinião Pública nos Debates Políticos Eleitorais no Brasil	175
Debates, Emoções e Sentimento Público	191
Monitoramento do Debate por Meio de Pesquisas	210

O Papel do Consultor de Marketing Político na Construção da Estratégia dos Debates	225
CORTES, CRISE E VOTO	253
Debates, Crise de Imagem e Reputação	255
Cadeiras Voam, Cliques Disparam: Os Debates Como Gatilho do Novo Debate Público em Rede	271
Debates e Relação Com a Imprensa: Por Que Quase Sempre a Preparação Falha?	287
Onde Começa a Guerra dos Cortes?	297
Do Púlpito Para as Redes Via Corte: O Impacto dos Debates nas Eleições	314
NOVOS DEBATES	331
Fake News e Desinformação ao Vivo: Como Reagir?	333
Debate Artificial: Como a IA Impacta o Desempenho dos Candidatos*	346
Conclusão	363
Notas	371

# Prefácio

UM LIVRO IMPERDÍVEL

**ALBERTO CARLOS ALMEIDA\***

Os debates eleitorais sempre ocuparam um lugar de destaque na vida democrática. São momentos em que se condensam expectativas, personalidades são reveladas e se confrontam projetos de governo. Mais do que espetáculos midiáticos, eles são ocasiões privilegiadas de exposição pública em que candidatos e candidatas se submetem ao julgamento direto da sociedade. O eleitor, ao assistir a um debate, não apenas avalia propostas, mas também observa comportamentos, estilos de liderança e a capacidade de cada postulante em lidar com uma situação de pressão, adversidade e conflito.

Nunca antes, os debates foram tratados no Brasil de forma tão abrangente, plural e sistemática. O que o leitor tem em mãos é uma obra coletiva que reúne jornalistas, consultores, advogados, pesquisadores, professores, cientistas políticos e marqueteiros, unidos por uma convicção comum: os debates são essenciais e vitais para a democracia. Aqui, a prática e a teoria se encontram — a experiência da arena soma-se à reflexão acadêmica, criando um mosaico raro de bastidores, análises, conceitos e narrativas.

Esse caráter plural é o que torna esta obra particularmente valiosa. Ao longo de suas páginas, o leitor encontrará não apenas descrições minuciosas de episódios que marcaram a história política recente, mas também análises fundamentadas sobre como os debates influenciam percepções e, talvez, resultados eleitorais. O livro combina relatos de protagonistas com interpretações de especialistas, oferecendo uma

visão multifacetada de um fenômeno que, até hoje, carecia de um tratamento sistemático no Brasil.

Os capítulos evidenciam que os debates são, ao mesmo tempo, instrumentos de comunicação política e rituais democráticos. No primeiro caso, permitem que candidatos transmitam ideias, defendam programas e respondam a questionamentos. Como rituais atualizam o pacto democrático e reafirmam que a política é uma disputa aberta, visível e pública. A importância desse duplo papel é sublinhada pelos autores e pode ser notada em toda a obra.

Outro mérito está em demonstrar que os debates não se resumem ao desempenho diante das câmeras. A preparação é uma parte fundamental do processo e ela envolve múltiplas dimensões: desde o estudo de adversários e a formulação de estratégias até o domínio de técnicas de comunicação não verbal, o treinamento emocional e o cuidado com aspectos práticos, como a agenda e o descanso. Relatos presentes no livro revelam como falhas aparentemente simples — a falta de ensaio, o excesso de compromissos, a subestimação do adversário — podem comprometer seriamente o desempenho de um candidato e, em casos extremos, alterar o rumo de uma eleição.

Esse ponto é particularmente relevante porque desmonta uma visão comum: a de que debates são decididos apenas por meio de improviso ou do talento pessoal. O que este livro mostra, de forma convincente, é que o improviso precisa ser preparado. A espontaneidade que se espera de um candidato diante das câmeras é, em boa medida, resultado de horas de estudo, simulações e ensaios. Isso não significa fabricar personagens artificiais, mas sim permitir que cada liderança revele, sob pressão, a sua melhor versão.

A obra também amplia o olhar para além do estúdio. Os debates hoje não se encerram quando as luzes se apagam. Cortes, análises, comentários e memes circulam nas redes sociais e alcançam milhões de pessoas que sequer acompanharam a transmissão ao vivo. Esse fenômeno multiplica a importância de cada gesto e palavra, pois a repercussão digital amplia tanto os acertos quanto os erros. Um tropeço pode se tornar viral em segundos; uma resposta bem construída pode ganhar vida própria e sustentar uma narrativa de campanha por semanas.

Nesse sentido, os debates são retratados aqui como parte de um ecossistema complexo de comunicação. Eles começam antes, com negociações sobre regras, formatos e estratégias; e continuam depois,

com a repercussão que molda a percepção pública. Tal compreensão é indispensável em um contexto em que a política se torna cada vez mais influenciada pela lógica das redes sociais, pelos algoritmos e pelas disputas de narrativas em ambientes digitais.

Os autores desse volume não deixam de abordar os riscos e dilemas contemporâneos. *Fake news*, manipulação em tempo real e o uso crescente de inteligência artificial abrem fronteiras inéditas, mas também ameaças à autenticidade que sustenta a confiança do eleitor. O livro alerta para a necessidade de equilíbrio: utilizar técnicas e tecnologias a favor da preparação, sem sufocar a espontaneidade e a verdade que o eleitor espera de um líder político.

O diálogo entre prática e teoria percorre todos os capítulos. Consultores e marqueteiros revelam bastidores e estratégias; jornalistas relatam a dinâmica das coberturas; cientistas políticos e pesquisadores apresentam evidências empíricas sobre o impacto dos debates. Esse encontro de perspectivas resulta em uma obra de leitura acessível, mas intelectualmente robusta, que atende tanto a profissionais das campanhas quanto a acadêmicos, jornalistas, estudantes e cidadãos interessados em compreender a democracia em funcionamento.

Ao situar os debates no centro do processo democrático, os organizadores e colaboradores deste livro também contribuem para uma discussão mais ampla sobre o futuro da política. Em sociedades cada vez mais polarizadas, onde a confiança nas instituições é constantemente desafiada, os debates mantêm sua relevância como momentos de confronto aberto, em que diferentes visões se colocam lado a lado sob o olhar direto da sociedade.

É preciso reconhecer: debates não decidem eleições sozinhos, mas podem ser muito importantes em disputas equilibradas. Eles não transformam uma campanha inteira em uma única noite, mas podem influenciar segmentos do eleitorado. Ao mesmo tempo, sua função vai além do resultado imediato: eles reforçam a ideia de que a política deve ser feita à luz do dia, diante de todos, e não apenas em negociações de bastidores ou estratégias de marketing invisíveis ao público.

O leitor perceberá, portanto, que esta obra é, ao mesmo tempo, um guia prático e uma reflexão crítica. Guia, porque oferece subsídios concretos para quem deseja compreender como se preparar para enfrentar um debate. Reflexão, porque nos convida a pensar sobre o lugar dos debates na democracia brasileira, suas potencialidades e seus desafios.

Ao final, a convicção que se reforça é simples e poderosa: compreender os debates é compreender a própria dinâmica da política. A cada ciclo eleitoral, os debates renovam a democracia e permitem que a sociedade compare alternativas, fazendo escolhas mais bem informadas. Este livro, pioneiro em seu campo, ajuda a iluminar esse processo, combinando experiência prática e densidade acadêmica em uma contribuição que certamente se tornará referência.

**\*CARLOS ALBERTO ALMEIDA:** Doutor em Ciência Política IUPERJ. Professor adjunto na e pesquisador na Fundação Getúlio Vargas. Fundador do *Instituto Brasilis*. Alberto Almeida foi colunista da revista *Veja* e do jornal *Valor Econômico* durante dez anos e escreve para o Poder360. Autor de: *Como São Feitas as Pesquisas Eleitorais e de Opinião* (2002); *Por que Lula? O contexto e as estratégias políticas que explicam a eleição e a crise*; *A Cabeça do Brasileiro*; *A Cabeça do Eleitor: estratégia de campanha, pesquisa e vitória eleitoral*; *Erros nas pesquisas eleitorais e de opinião*; *O Dedo na Ferida: menos impostos, mais consumo*; *Quem disse que não tem discussão? Política, religião e futebol*; *O Voto do Brasileiro e A Mão e a Luva: O que elege um presidente*.

# Apresentação

As luzes se acendem, as câmeras entram no ar, o silêncio toma conta do estúdio. Em segundos, milhões de eleitores assistirão. O candidato respira fundo e encara o adversário à sua frente, um gesto em falso pode custar votos; uma frase certa pode mudar o rumo da eleição. Esse é o palco dos debates eleitorais, momentos de alto risco e máxima exposição.

Surpreendentemente, até hoje, o Brasil não contava com um livro dedicado a desvendar essa prática. Como preparar um líder para enfrentar, ao vivo e sob a pressão implacável da televisão e possíveis repercussões em outras mídias, os ataques e as armadilhas de seus oponentes?

Este livro nasce para responder a essa e muitas outras perguntas. Reunimos especialistas com ampla experiência em campanhas, comunicação, direito eleitoral, ciência política, marketing, jornalismo e pesquisas de opinião. Profissionais que vivem a política por dentro e sabem como transformar teoria em prática, bastidores em estratégia, risco em oportunidade.

Até agora, não havia no Brasil um livro dedicado exclusivamente à prática dos debates eleitorais. Esta obra preenche essa lacuna. Feita por especialistas com ampla experiência em campanhas, profissionais que atuam nas disputas e sabem como fazer e, ao mesmo tempo, que também refletem nas universidades, oferecendo a densidade teórica que toda boa análise exige.

A obra que está em suas mãos é inédita. Combina teoria, técnica e experiência real. Um guia para a ação e, ao mesmo tempo, uma reflexão crítica sobre os impactos dos debates no comportamento dos eleitores. Pretende ser pioneira no estudo sistemático dos debates eleitorais no Brasil e, sobretudo, servir como guia prático para candidatos, consultores, *media trainers* e todos os profissionais que se dedicam à

comunicação política, compartilhando experiências reais de bastidores. Além disso, busca qualificar o debate público sobre o papel dos debates em uma democracia.

Embora voltado a um público mais especializado, o livro também abrange um círculo de leitores mais amplos: profissionais e estudantes de comunicação; marketing; direito e ciência política; jornalistas e profissionais de imprensa; assessores parlamentares e de comunicação. E vai além: advogados que queiram triunfar em tribunais; executivos que desejem dominar reuniões ou persuadir acionistas; políticos nas tribunas dos parlamentos; professores em salas de aula; palestrantes que busquem encantar plateias; estudantes em suas apresentações; ou mesmo qualquer cidadão que participe de debates em encontros familiares em tempos de polarização.

Debates são a essência da democracia. Como afirma adiante Fernando Mitre: “enquanto houver democracia, haverá debate”.

Os debates eleitorais televisivos consolidaram-se, nas últimas décadas, como eventos decisivos das campanhas. Sua importância decorre tanto do impacto imediato sobre a opinião pública quanto da capacidade de alterar o rumo de uma eleição.

São os momentos mais críticos e arriscados de uma campanha eleitoral. A capacidade de um candidato persuadir os telespectadores a vê-lo como o vencedor pode ter um impacto significativo nas decisões subsequentes em relação à sua votação.

Como observa Schroeder (2008, p. 149):

“Para o leigo, é difícil imaginar o estresse que acompanha os candidatos quando eles se aventuram nesse campo de batalha. Uma série de fatores se combinam para intimidar: enormes apostas, vastas audiências, implicações históricas, tudo sob a lupa da televisão ao vivo. Para os debatedores, os riscos dificilmente poderiam ser maiores.”

Nos debates, os candidatos estão expostos e desprotegidos. Não há o aparato do marketing político capaz de disfarçar defeitos ou suavizar fragilidades. Não existe direção de cena, roteiro redigido por profissionais ou *teleprompter*. Não se pode cortar, editar ou repetir a fala. Os candidatos enfrentam-se frente a frente. No debate, o líder está

nu: sozinho no estúdio, sem diretores, assessores ou marqueteiros que possam socorrê-lo.

Por isso, os debates são momentos tão especiais.

A origem histórica dos debates televisivos remonta aos Estados Unidos, em 1960, quando John F. Kennedy e Richard Nixon protagonizaram um divisor de águas na política e na comunicação. Pela primeira vez, milhões de eleitores puderam ver e ouvir os candidatos ao vivo pela televisão. As diferenças no desempenho visual e vocal mudaram o curso da disputa: Kennedy, descansado, carismático e preparado para a mídia, saiu vitorioso aos olhos dos telespectadores, enquanto Nixon foi mais bem avaliado entre os ouvintes de rádio. Esse episódio inaugurou a era da performance política no audiovisual.

No Brasil, alguns autores relatam que a TV Tupi tentou, ainda em 1960, promover um debate entre Marechal Henrique Lott (PSD/PTB) e Jânio Quadros (UDN), que recusou o convite. Para Lourenço (2007, p. 236), “o primeiro debate eleitoral de fato transmitido pela televisão ocorreu em 1974, no Rio Grande do Sul, na disputa para o Senado, entre Nestor Jost (Arena) e Paulo Brossard (MDB)”. Houve também tentativas isoladas de debates entre candidatos a governos estaduais durante a ditadura militar iniciada em março de 1964.

De fato, os debates só ganharam espaço e notoriedade no Brasil com a redemocratização, tornando-se momentos emblemáticos que moldam narrativas e fortalecem ou fragilizam candidaturas. Em 1982, com a retomada das eleições para governador, a TV Bandeirantes promoveu o primeiro encontro televisionado entre candidatos ao governo de São Paulo, reunindo Rogê Ferreira (PDT), Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Franco Montoro (PMDB), Reynaldo de Barros (PDS) e Jânio Quadros (PTB).

Em 1989, a mesma TV Bandeirantes realizou o primeiro debate televisivo entre candidatos à Presidência da República. Participaram Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Leonel Brizola (PDT), Paulo Maluf (PDS), Roberto Freire (PCB), Affonso Camargo (PTB), Aureliano Chaves (PFL), Ronaldo Caiado (PSD), Mário Covas (PSDB) e Guilherme Afif Domingos (PL). Não compareceram Ulysses Guimarães (PMDB) e Fernando Collor (PRN).

Apesar da relevância desses eventos, ainda existem lacunas importantes quanto à compreensão técnica, estratégica e operacional dos debates: como os candidatos se preparam? Quais recursos são mobilizados? Como se monitora a percepção pública? Que riscos

reputacionais envolvem? E, afinal, os debates influenciam realmente o voto?

Este livro busca oferecer uma visão ampla, plural e prática sobre os debates eleitorais. Para isso, foram feitas entrevistas com protagonistas e analistas de destaque: Fernando Mitre, diretor de jornalismo da TV Bandeirantes e responsável por grande parte dos debates já realizados no Brasil, em conversa com o professor da USP e consultor de marketing Josmar Andrade; Paulo de Tarso Santos, publicitário que integra a história do marketing político brasileiro, com passagens por campanhas como a de Montoro para governador, FHC e Erundina para prefeito de São Paulo e Lula para presidente em 1989 e 1994; e Mário Rosa, considerado o mais importante consultor de crise de imagem e reputação do país, com ampla experiência em campanhas eleitorais.

Na sequência, o livro apresenta capítulos dedicados à preparação para os debates. Valter Lagoa discute a dimensão comunicacional da performance; Emerson Saraiva analisa a interferência na formulação das regras; Rodrigo Mendes oferece um guia completo para a elaboração de aberturas, perguntas e respostas, treinamentos e simulações; e Leonardo Lamounier introduz o *Infotraining*, uma metodologia voltada a qualificar candidatos para os debates, mesclando informação e preparação para a comunicação. Ainda nesse eixo, Fernanda Vieira, Gabriela Rollemberg e Rodrigo Pereira examinam a evolução da legislação eleitoral sobre os debates, um conhecimento indispensável para qualquer preparação sólida.

Outros capítulos ampliam o olhar. João Henrique Faria explora diferentes aspectos da prática dos debates, como a postura e os elementos não verbais, enquanto Darlan Campos e Juarez Guedes mostram como a emoção é determinante na condução de campanhas e essencial para o candidato se inserir no debate público. Rodrigo Mendes retorna para discutir o papel do consultor de marketing político na definição da estratégia dos debates dentro da campanha, destacando de que forma o marqueteiro pode contribuir para apoiar o candidato durante sua participação ao vivo. E Bruno Soller demonstra a importância das pesquisas não apenas no pré-debate, mas também no monitoramento em tempo real e no pós-debate.

Marcello Natale e Lucas Pimenta falam das novas modelagens dos debates e da importância dos cortes, das redes sociais e da repercussão dos debates nas diversas telas. Assim como Eduardo Guedes, que aborda os limites da preparação de candidatos e explora a repercussão

dos debates na imprensa. Por fim, Luciana Veiga faz uma pesquisa, baseada na evolução dos estudos acadêmicos sobre os debates, para investigar o impacto dos debates na decisão de voto.

Os desafios contemporâneos também têm espaço: Alek Maracajá reflete sobre os riscos da desinformação ao vivo e das *fake news*; e o livro se encerra com Rodrigo Mendes e Leonardo Lamounier discutindo os impactos da inteligência artificial (IA) na preparação de candidatos e lideranças para os debates.

Caro leitor, você tem em mãos um livro feito para ajudá-lo a navegar nas águas turbulentas das campanhas eleitorais. Uma obra que desmistifica os debates e mergulha a fundo em sua preparação, revelando bastidores, estratégias e caminhos práticos. Mais do que teoria, este é um guia prático para a ação, um manual de sobrevivência para líderes que se expõem diante das câmeras, dos cortes e da opinião pública.

No fim das contas, os debates não dão espaço para improvisos descuidados: eles revelam, expõem, consagram ou derrubam candidaturas. Por isso, a escolha está diante de você, simples e inescapável: prepare-se ou morra! Então, qual será a sua escolha?

Agradecimentos — Gostaríamos de agradecer a algumas pessoas que tornaram este livro possível. Em primeiro lugar, aos autores que aceitaram o convite para escrever seus respectivos capítulos e, desde o primeiro momento, abraçaram este projeto com entusiasmo. Aos nossos entrevistados, Fernando Mitre, Paulo de Tarso Santos e Mário Rosa, que enriqueceram esta obra com suas histórias e contribuições inestimáveis à nossa área. Ao editor J. A. Ruggeri e à Alfa Books pela parceria e por acreditar e investir em nosso projeto. À Maria Stella Mendes Ribeiro e Adriana Andrade dos Santos pela leitura cuidadosa de alguns capítulos e pelas inúmeras sugestões. Ao amigo Nilson Hashizumi, que nos ajudou a abrir portas e tornar a obra viável.

Março de 2026.

**Rodrigo Mendes**, Jundiaí, São Paulo.  
**Leonardo Lamounier**, Conselheiro Lafaiete, Minas Gerais.

Amostra

# BASTIDORES E PREPARAÇÃO

Amostra

Amostra

# Uma Conversa com o “Senhor Debate”

JOSMAR ANDRADE\*

## Entrevista Fernando Mitre

Fazia muito tempo que não visitava a Band no Morumbi, grupo de comunicação no qual trabalhei entre 2003 e 2005, cuidando da sua área de comunicação. Nos últimos 12 meses, entretanto, voltei em duas ocasiões relevantes: a primeira em setembro de 2024, quando assessoriei diretamente candidato nas eleições a prefeito de importante cidade paulista em debate nos estúdios da emissora, e a segunda, ainda mais importante, quando fui até a sala do seu diretor nacional de jornalismo, Fernando Mitre, no dia 9 de julho, um feriado em São Paulo, para entrevistá-lo para este capítulo.

Foi uma grande gentileza desse ícone do jornalismo e uma enorme responsabilidade: entrevistar um dos melhores entrevistadores do país é missão que intimida antes mesmo de ser posta em prática. Ainda mais pelas circunstâncias do dia: exatamente durante a entrevista, ele recebeu a notícia de que Trump havia anunciado o tarifaço de 50% para os produtos brasileiros. Mesmo de olho no celular e na movimentação à sua volta, Mitre manteve a entrevista que já havia agendado, um gesto de deferência ímpar, como é característico deste *gentleman*.

Dom Fernando Mitre é um senhor em seus domínios. Muitas vezes no passado, quando precisei gravar materiais na redação da Band, chamadas e lançamento de programas, à época com um elenco como

Joelmir Beting, Carlos Nascimento e José Luiz Datena, sempre achei interessante a posição da sala do comandante-em-chefe do jornalismo da emissora: uma área envidraçada, com ampla visão do todo à sua volta, mas sem que seja possível enxergar muito bem o que acontece lá dentro. Uma certeza, porém, todos podem ter: na sala encontraremos livros, muitos, vários. Eu mesmo levei um para autografar e saí com outro de presente.

Mitre é mais do que um ídolo de gerações de profissionais de imprensa: parafraseando uma das expressões da política, o Mitre é uma raposa felpuda do jornalismo, pois para lidar com a política todos os dias, é preciso conhecer todas as suas artimanhas e ter dentes afiados.

Quem já leu as 310 páginas do seu livro *Debate na Veia*, uma coletânea de suas memórias, *causos* e eventos, *vai* concordar com essa minha observação. Ao longo dos capítulos nos quais conta os bastidores de sua carreira, que começou lá em 1963, como repórter do Correio de Minas, fica evidente que a política percorre suas veias e que ele aprecia o sabor daquilo que o alimenta. O Mitre saboreia a política e seus personagens com requintes de um banquete diário.

E que carreira, meus amigos e amigas: desde que era um foca cobrindo presencialmente os comícios que levaram à derrocada do governo João Goulart, passando pela sua marcante trajetória no comando do Jornal da Tarde (com as capas maravilhosas e emocionantes da Jornada das Diretas), até sua instalação no pódio da direção de um dos mais respeitados grupos de jornalismo do Brasil, Fernando Mitre é uma “testemunha ocular da história”, vindo de uma geração a qual, nas suas próprias palavras, foi embalada com a melodia ritmada das máquinas de escrever repercutindo por redações, mas que continua sendo protagonista relevante na era e na velocidade do digital.

Mineiro nascido em Oliveira (MG) em 1941, Mitre merece ser condecorado com a medalha da habilidade, da matreirice e da competência, características quase estereotipadas de seus conterrâneos, famosos por apreciarem as coisas da política. Jornalista sempre, com uma memória incrível, capaz de conviver entre cristais de partidos, candidatos e assessores, ao mesmo tempo um habilidoso observador das esquinas da política brasileira, Mitre é alguém peculiar, um personagem dos próprios eventos que relata: sua narrativa nem sempre evidencia sua influência naquilo que é contado.

Entre diversos feitos, capas e coberturas espetaculares, talvez sua maior marca esteja conectada à organização, formatação e comando

de alguns dos principais debates da recente história republicana, em especial o primeiro debate a presidente transmitido pela televisão, em 1989. Um feito e tanto, que ele mesmo, ao fechar seu já citado livro, descreve com as seguintes palavras: *“não poderia deixar de sentir a emoção de privilegiado participante de um dos momentos de maior significado na história de nossa reabertura democrática”*. Não existe ninguém tão identificado com esse evento tão aguardado e comentado em qualquer campanha política relevante: o primeiro debate sempre é o da Band. E quem dá suas diretrizes é o Mitre, o Senhor Debate.

Imagino que muitos de seus cabelos já brancos podem ser debitados a preocupações, negociações, articulações, refugos, confirmações, exigências, definições de regras e regulamentos, associados a conseguir colocar em um mesmo espaço, em uma mesma data e horário, diante de câmeras e microfones, antagonistas que disputam os cargos do poder. Mitre e sua equipe (como ele bem fez questão de frisar nesta entrevista), ao longo das décadas, fizeram um bem danado à democracia brasileira.

Pois a democracia precisa do debate, precisa da contraposição direta e da verificação em tempo real, sem edição, da capacidade de que estas pessoas postulantes ao poder consigam responder questionamentos de jornalistas e dos adversários, apresentar propostas e ideias com um grau mínimo de concatenação. O debate é o momento da verdade. Ou, como dito em outro trecho fascinante do livro, no qual o Mitre apresenta um político lá de sua cidade, o Coronel Chichico Cambraia, o debate é o momento de “botar as ideias para brigar, uai”.

A seguir apresento o resultado dessa nossa conversa — mantendo intocáveis a sintaxe e a espontaneidade da linguagem oral — antecipando-me e pedindo a sua atenção, querido leitor, querida leitora, para uma frase que sintetiza a luta de gerações de cidadãos e cidadãs: “enquanto houver democracia, haverá debate”.

**Josmar Andrade** — Bom, em primeiro lugar, eu queria te agradecer muito pela oportunidade de me receber. Nós estamos fazendo um livro sobre debates eleitorais, com a visão um pouco de academia, um pouco dos profissionais e aí vai ter um capítulo que queríamos dedicar a conversar com você, que é certamente a maior autoridade brasileira em debate. E é sempre um desafio entrevistar um jornalista, porque ele vai ser crítico em relação a nossa abordagem, mas vamos ver o que eu consigo fazer aqui.

**Fernando Mitre** — Eu vou responder bem objetivamente.

**Josmar Andrade** — Mitre, pela sua experiência, como os debates vêm evoluindo como parte do processo político? E, mais especificamente, como o debate influencia a decisão de voto?

**Fernando Mitre** — Eu acho que você tem que analisar o debate, os debates dentro da campanha e das circunstâncias que vão mudando. Os próprios debates mudam ao longo de uma campanha. Ao longo dos anos, não tenho nem dúvidas. Se você pegar os debates de 1989<sup>1</sup> e os debates de agora, são completamente diferentes. Mudou tudo. Mudou o debate, mudou de acordo com o eleitor, mudou a circunstância, mudou o sistema de comunicação. Uma prova de que a mudança é quase total é que, nos primeiros debates, eu tinha reuniões o tempo inteiro para realizá-los. O de 89 foi o primeiro debate da história entre candidatos a presidente, eu tive reuniões intermináveis com assessores e às vezes com os próprios candidatos. Um tema que fazia a gente mergulhar numa discussão profunda era o seguinte: o que é que nós podemos editar no telejornal depois do debate? Todos queriam participar. Não, isso não pode, isso pode, isso eu não admito. E eu queria fazer tudo de uma maneira, assim, consensual. Então era um sofrimento enorme. Para você ter uma ideia, teve um ano que eu falei, bom, então é o seguinte, eu não edito o debate, eu dou só o boa noite de vocês. E assim foi um jeito de garantir o debate, teve o debate e depois o boa noite.

Hoje, nos primeiros 15 minutos do debate no ar, ele já está editado, já está divulgado, já está discutido, já está contestado. Ele mudou completamente. Isso é só um exemplo de como é radical essa mudança.

**Josmar Andrade** — Mas você vê que o debate é capaz de decidir voto?

**Fernando Mitre** — Ele pode decidir. E houve debates aqui que, de fato, mexeram com o resultado. Posso até lembrar de alguns. Tem um debate entre o Lula e o Alckmin<sup>2</sup> — ironicamente, agora o Alckmin é vice do Lula, que foi o primeiro do segundo turno daquela eleição. O Alckmin chegou ao debate com uma personalidade nova. Eu não conhecia o Alckmin daquele jeito, com aquela agressividade, indo para cima do presidente.

A ponto de um momento lá, no intervalo, o Lula me chamar e falar assim: “Eu vou embora se continuar essa agressão aqui”. E eu fui lá falar com o Alckmin: falei: “Governador, o presidente está dizendo que se o senhor continuar agressivo desse jeito, ele vai embora”. O assessor do lado sorriu, vitorioso, como se estivesse ganhando. E acabou o debate, o Lula saiu bravo e o Alckmin aclamado pela assessoria dentro do estúdio.

Resultado, o Alckmin, se tinha alguma chance de ganhar a eleição, perdeu ali. O que parece nem sempre é. Porque, o que o eleitor quer? O eleitor não quer um galo de briga. O eleitor quer alguém que possa depois serenamente exercer a Presidência da República. Então há esse equívoco.

Durante muito tempo, os debates no Brasil pareciam luta de boxe. De vez em quando, dependendo da circunstância da campanha, isso volta. Mas é circunstancial e às vezes pode até dar certo, mas de um modo geral dá errado.

**Josmar Andrade** — Mitre, quais seriam então, pela sua experiência, critérios para a gente dizer que um candidato se saiu bem? Assim, terminou o debate e você diz: “Esse cara foi bem, esse cara foi mal”. O que você acha que caracteriza isso?

*\* Nesse instante, o Mitre foi comunicado pela equipe que o presidente dos EUA, Trump, acabara de anunciar uma taxa de 50% sobre todos os produtos brasileiros. Este foi mais um desafio daquela tarde. Ele deu as primeiras orientações à equipe e continuou me atendendo, mas com o olho no celular e com alguma pressa para cuidar do noticiário, em pleno feriado, perto do fechamento do principal jornal da casa.*

**Fernando Mitre** — Isso aí depende muito da circunstância da campanha, depende de cada campanha. Na média, eu diria o seguinte: o candidato que se sai bem num debate é aquele que responde objetivamente sobre soluções para o problema do eleitor. Aquelas frases demagógicas que faziam sucesso no começo, isso não funciona muito. O eleitor está mais crítico. Ele quer respostas objetivas. Vou te dar um exemplo: no último debate, Bolsonaro e Lula<sup>3</sup>, o debate transcorria normalmente, mas sem que qualquer dos dois candidatos explicasse de onde sairia o dinheiro para eles cumprirem as promessas que estavam apresentando.

Aí foi feita uma pergunta que continuou não respondida, só foi respondida depois, no começo do governo Lula, com a medida provisória da transição. Você lembra? Aquela PEC que garantiu o começo do governo Lula. E a pergunta era essa: “Como é que vocês vão cumprir o que vocês estão propondo?” Não tinha dinheiro disponível. E eles não respondiam. Os telespectadores, antigamente, deixavam-se envolver muito mais por uma frase de efeito, por uma frase bonita, empolgante, do que por respostas objetivas. A ausência da resposta a essa pergunta pesou para os dois candidatos, porque depois, nas pesquisas, ficou claro que havia uma insatisfação sobre isso. Eu estou

dando esse exemplo para mostrar o seguinte: o que era a retórica vitoriosa, 20 anos atrás, hoje não é mais.

É preciso que as respostas atendam o telespectador nesse sentido. Como é que esses caras vão resolver o meu problema? Então teve essa mudança clara. Mas, como eu digo, dependendo da circunstância de campanha, a polarização, por exemplo, pode levar a um ponto de emoção em que tudo que o meu candidato diz é ótimo e tudo que o adversário diz é horrível. Então, aí os conteúdos ficam em segundo plano. Aliás, quanto mais polarizado fica o país, mais precário é o debate em si. Os conteúdos vão desaparecendo e outros elementos vão tomando conta da campanha e certamente ocupam espaço nos debates também.

**Josmar Andrade** — Isso em psicologia a gente chama de *priming*. A pessoa, antes do evento, já está processando o evento com um ponto de vista antecipado.

**Fernando Mitre** — Dependendo das pesquisas sobre o debate, o resultado não significa muita coisa.

**Josmar Andrade** — Mas essas tiradas são marcas de debates, não são, Mitre? Frases do tipo, o Montoro versus Jânio em 1982<sup>4</sup>, no qual o ex-presidente confrontava o seu adversário em uma citação sobre Carlos Lacerda, dizendo: “você está citando a Sagrada Escritura com as palavras de Asmodeu, de Satanás”.

**Fernando Mitre** — “Você vem de citar o próprio Satanás”.

**Josmar Andrade** — Essas tiradas, né? “Ah, o senhor é um padre de quadrilha”.

**Fernando Mitre** — Isso é muito interessante. Deixa eu te responder essa pergunta com uma questão bem prática e objetiva. Nós tivemos um debate aqui, estavam o Garotinho, o Ciro, o Lula e o Serra<sup>5</sup>. O Garotinho foi o rei do debate. Ele soltou frases espetaculares. Uma hora ele falou assim: “eu não estou entendendo mais nada. O Ciro disse que o ACM é de centro-esquerda, o Serra parece que nunca viu o Fernando Henrique, não participou do governo dele”. Um show! No final do debate, veio uma pesquisa, ele perdeu o voto ali. Quer dizer, as melhores frases foram as dele, o mais agressivo era ele, o mais irônico era ele, o sucesso televisivo foi dele, mas perdeu o voto. Então, são coisas diferentes.

**Josmar Andrade** — O sucesso televisivo não necessariamente se traduz em voto.

**Fernando Mitre** — Uma coisa é você ganhar o debate do ponto de vista televisivo, outra coisa é você ganhar o voto. Nem sempre é a mesma coisa. Já houve coincidência dos dois aspectos. Tivemos um debate aqui entre o Mário Covas e o Maluf<sup>6</sup>, aqui na Band, foi o primeiro debate do segundo turno para o governo do estado. O Covas fez um confronto moral o tempo inteiro, ele praticamente dispensou os assessores e toda aquela documentação de assessoria. Eu vi no corredor dizendo “não, não quero isso, deixa comigo” e fez um confronto moral. Não sei se foi no intervalo ou no próprio debate que ele disse: “Você pode me dizer o que significa o verbo malufar?” Ele partiu para o confronto moral e deu certo, pois ele entrou naquele debate com menos sete nas pesquisas, saiu com mais sete. O Covas virou o jogo aqui. Então, esse é um exemplo que eu digo que o debate influenciou.

**Josmar Andrade** — Você tem visto atualmente candidatos mais bem preparados ou pior preparados em relação ao passado da política brasileira?

**Fernando Mitre** — Isso depende, nós não estamos num momento de candidatos brilhantes.

**Josmar Andrade** — E o que você caracterizaria como um candidato preparado para o debate?

**Fernando Mitre** — Um candidato preparado para o debate, um candidato que se saia bem no debate, tem que exibir algumas virtudes. Uma delas é o conhecimento das causas dos problemas brasileiros. Essa é uma virtude fundamental. A segunda é a seguinte: tomar cuidado com a mentira. A mentira na televisão tem perna curta. Não se engana tão facilmente como se pensa, na televisão. E você mentir num programa eleitoral, unilateral, digamos assim, já é um risco. Agora, você mentir tendo um adversário na sua frente que vai te desmentir em seguida é muito mais pesado. Então, esse é um ponto que o candidato tem que tomar cuidado. Ele tem que se mostrar confiável, ele tem que ser aquele que se apresenta como um governante confiável. Se ele não se apresenta assim, já leva uma desvantagem muito grande. E tomar cuidado com as frases infelizes. Uma frase infeliz, ainda mais hoje com esse sistema de comunicação que há no Brasil, acaba com o sujeito. Então, ele tem que prestar atenção nisso. E ter um certo currículo. Isso aí funciona. Se bem que é preciso tomar cuidado, porque o currículo significa uma vida política de certo tempo. Dependendo do desgaste dos políticos, isso pode ser ruim. Tanto que o antipolítico, o candidato “antissistema”, dependendo das circunstâncias, leva vantagem.