

DISCURSO PRESIDENCIAL E AGENDA RETÓRICA NO PRESIDENCIALISMO DE COALIZÃO BRASILEIRO¹

PRESIDENTIAL SPPEECH AND RETHORICAL AGENDA IN BRAZILIAN COALITION PRESIDENCIALISM

Lucy Oliveira²
Simone Diniz³

Resumo:

Esse artigo analisa a retórica como estratégia presidencial no contexto do presidencialismo de coalizão. Tomando os achados da literatura internacional, que considera os discursos presidenciais como estratégia de pressão para o sucesso da agenda governamental no Parlamento, buscamos entender se e em que medida os presidentes utilizam os discursos para dar visibilidades à sua agenda legislativa. Nossa hipótese é de que, no arranjo institucional brasileiro, este recurso será utilizado nas matérias de maior interesse do Executivo. Para tanto, investigamos 595 discursos dos presidentes Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) veiculados na Voz do Brasil por meio da análise quantitativa de conteúdo com o software *Iramuteq*. Com isso, foi possível confirmar o aparecimento das pautas de interesse do governo junto ao Legislativo em maior ou menor medida. Neste sentido, esperamos que os resultados demonstrem novas abordagens possíveis sobre o presidencialismo de coalizão e as democracias latinoamericanas.

Palavras-Chave: Discursos presidenciais, presidencialismo de coalizão, Voz do Brasil, *Iramuteq*.

Abstract:

This paper analyse the presidential rhetoric in the multiparty Brazilian political system. Internacional political science scholars considered the presidential speeches as a pressure mechanism used to grant presidential agenda success at the Congress. Based on this, we propose analyse how brazilian presidents has been used those communicational power. Our hypothesis is that it has used to highlight importante issues to gabinete. that a multifaceted

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e democracia” do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

² Pós-doutoranda pela FAPESP no Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP). É doutora em Ciência Política pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e pesquisa temas na área de campanhas eleitorais, propaganda negativa, comunicação política, *agenda setting* e presidencialismo de coalizão. É pesquisadora no grupo “Comunicação Política, Partidos e Eleições” (UFSCar) e do “Núcleo de Estudos Comparados e Internacionais” (USP). E-mail: lucyjorn.al@gmail.com

³ Professora Adjunta 2 do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGPOL) na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Doutora em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP), pesquisa temas como Poder Executivo, Poder Legislativo e Processo Decisório. Atualmente coordena o projeto de pesquisa intitulado “Agenda Legislativa Presidencial no Governo FHC” e integra o “Laboratório de Pesquisas, Análises de Dados e Documentação Política” (DATAPOL). E-mail: simonediniz@ufscar.br

power. Thereby, we investigate 595 speeches from Fernando Henrique Cardoso (PSDB) and Luiz Inácio Lula da Silva (PT) veiculated by Voz do Brasil with quantitative text/content analysis by Iramuteq. We expect that the results demonstrate new approaches about Brazilian presidential system and latinamerican democracies.

Keywords: Presidential speeches; coalition presidencialism; Voz do Brasil; Iramuteq.

Introdução

Nas democracias modernas, lideranças políticas utilizam frequentemente o discurso para sinalizar prioridades, anunciar políticas públicas, construir consenso, prestar contas ao eleitorado, bem como tomar posição e também gerar adesão aos seus propósitos. Reconhecendo essa importância, nas últimas décadas, vem se desenvolvendo estudos sobre a retórica presidencial que partem do pressuposto de que a fala do chefe do Executivo tem influência sobre a opinião pública, pautando prioridades sociais e chamando a atenção para *issues* os quais trata. Com isso, torna-se um dos instrumentos disponíveis para o governo fazer valer seus propósitos no âmbito legislativo por meio da pressão criada pela visibilidade das temáticas. É o chamado *bully pulpit* (COHEN, 1995; LEWIS, 1997; CANES-WRONE, 2001; ZAREFSKY, 2004; YOUNG & PERKINS, 2005; KERNELL, 2006).

No âmbito do parlamentarismo, estudos também mostram evidências da relação entre a fala do chefe de estado/governo e o sucesso na agenda legislativa, apontando também naquele tipo de desenho político a força dos discursos públicos como estratégia de governo (BEVAN, JOHN & JENNINGS, 2007; BREEMAN et al, 2009; MONTENSEN et al, 2011). Assim, todos os sistemas possuem um desenho que permite – em alguma medida – formas de prover de informação o eleitorado e, ao mesmo tempo, enviar sinais para partidos, *players* e burocracias.

Entretanto, apesar da relevância da temática e do conjunto de estudos que demonstram o agendamento realizado pelos discursos de líderes, as pesquisas brasileiras ainda passam ao largo com relação ao tema. Essa ausência pode ser dar pela suposição de que o presidencialismo de coalizão se constitui diferentemente dos outros arranjos analisados, funcionando essencialmente nas negociações internas ao executivo, legislativo e partidos, sem um âmbito público. No entanto, mesmo num

contexto de barganha, o que é veiculado publicamente desequilibra e modifica as condições de negociação e as relações entre as elites e com a sociedade (KERNELL, 2007). Assim, a escolha de temas a serem levados a público, bem como o posicionamento político sobre eles, não é despropositado nem da parte do governo, nem da parte do congresso e/ou dos partidos políticos (ARNOLD, 1992; MONTENSEN et al, 2011).

Neste sentido e a partir dessa lacuna nos estudos brasileiros, este trabalho tem como principal questão identificar se e em que medida as pautas de interesse do governo no congresso são levadas à público pelos presidentes brasileiros pós-88. A principal hipótese é que os temas de maior interesse de aprovação terão maior proeminência na agenda dos discursos dos presidentes.

Para tanto, iremos investigar as falas presidenciais transmitidas por meio da Voz do Brasil pós-88 de dois presidentes, a saber: Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) e Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010). Escolhemos estes dois presidentes porque tiveram reeleição e mandatos que foram concluídos sem interrupções. O recorte temporal se justifica porque com a redemocratização o presidencialismo de coalizão se consolida (FIGUEIREDO E LIMONGI, 1999). Além disso, a Voz do Brasil é o mais antigo e tradicional canal de fala do presidente com os eleitores de todo o país, entretanto ainda pouco estudado. Veiculado nacionalmente e via rádio, ele atinge diferentes camadas sociais, com uma ampla capilaridade nacional.

A análise dos dados será quantitativa de conteúdo com fins de identificar os temas dos discursos e aqueles relacionados com o legislativo. O banco de discursos foi montado a partir de documentos disponibilizados na Biblioteca da Presidência da República⁴ e organizado pelas autoras. Ao todo, foram analisados 595 programas no período estudado.

Este artigo está estruturado em 3 partes, além desta introdução. Na primeira fazemos uma discussão que consideramos fundamental – a diferenciação entre o que a literatura chama de “poder de agenda presidencial” e “agendamento”. O foco aqui é demonstrar que um se refere aos recursos institucionais e outro aos recursos comunicacionais disponíveis ao governo. A partir dessa diferenciação, apontaremos

⁴ Disponível no endereço: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/>

o que a literatura de retórica presidencial apresenta sobre as falas dos chefes do Executivo, bem como a lacuna nos trabalhos brasileiros. Na segunda parte, apresentaremos os dados e os métodos de coleta, tratamento e análise do material, bem como os resultados encontrados. E, por fim, encerraremos com apontamentos sobre o uso da Voz do Brasil como locus de reverberação dos temas de interesse da agenda presidencial e, conseqüentemente, espaço privilegiado de poder do Presidente em torno da agenda do governo⁵. Importante destacar ainda que nesse trabalho não pretendemos inferir causalidade entre a fala presidencial e a aprovação de matérias no Congresso, mas trazer à vista a questão de como os presidentes utilizam seus espaços de fala para dar ênfase e, com isso transferir relevância aos temas de seu interesse no Legislativo.

1. *Agenda-setting e policy agenda: do que estamos falando?*

Diferentes pesquisas utilizam o termo “agenda” para designar processos diferentes, o que gera polissemia e confusão. Uma das principais explicações sobre o sucesso presidencial no sistema brasileiro, por exemplo, é exatamente vinculada aos “poderes de agenda” do presidente. Entretanto, o agendamento que estamos tratando aqui não é o mesmo. Assim, um primeiro movimento necessário é esclarecer “de qual agenda estamos falando” e a partir de quais teorias, diferenciando esses dois conceitos fundamentais: agendamento (*agenda-setting*) e poder de agenda (*presidential agenda powers*).

A teoria da *agenda-setting*, traduzida nesse artigo como agendamento, surge nos estudos do campo da comunicação política e se refere ao efeito de pautar temas na sociedade por meio da ênfase pública dada a eles. Essa teoria, originada na década de 1970 nos trabalhos conduzidos por McCombs e Shaw (1972), é uma crítica à perspectiva da agulha hipodérmica de Lasswell (1949) que afirmava que os meios de comunicação seriam responsáveis por incutir pensamentos e, conseqüentemente, ações nas audiências, como uma agulha que fura a pele.

Por meio das pesquisas de McCombs e Shaw (1972), realizadas com eleitores da cidade americana de *Chapel Hill*, foi possível concluir que os meios de comunicação

⁵ Utilizamos o termo aqui de acordo com a acepção formulada por Cobb e Elder (1971). Ou seja, a agenda governamental é o conjunto de temas que efetivamente recebem atenção do governo por meio da elaboração de políticas públicas. Assim, seria uma agenda específica e que mostra onde o governo está atuando diretamente.

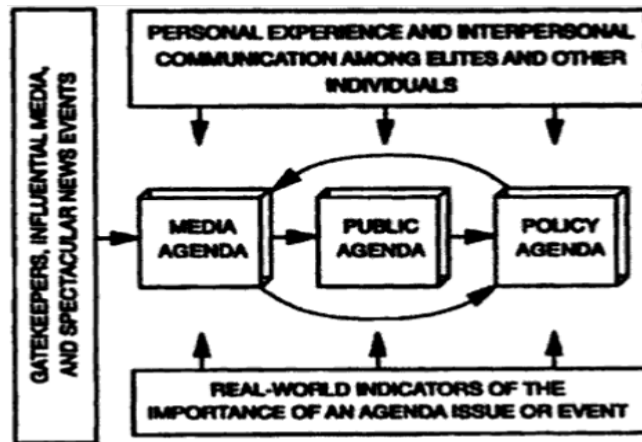
não teriam o poder de injetar nas audiências o que deveriam pensar, mas sobre o “quê” pensar. Em outras palavras, a profusão de notícias e informações permitiria a tematização da sociedade.

Nessa perspectiva, a agenda da mídia (*media agenda*) – formada por temas, atores e acontecimentos – orienta a opinião pública porque interfere na formação de temas de interesses da audiência (*public agenda*) e sobre a percepção da realidade (TRAQUINA, 2001; LOURENÇO, 2009). E mais ainda: haveria uma relação direta e causal entre proeminências dos tópicos na mídia e a percepção pública sobre a relevância dos temas. Ou seja, a quantidade de exposição de um determinado assunto dá a este maior importância (LAZARFELD E MERTON, 2002).

Neste sentido, vale ressaltar que essas premissas originais foram sendo refinadas a partir da aplicação dos conceitos em diferentes pesquisas empíricas⁶ no decorrer dos últimos 50 anos e novas questões foram sendo acrescentadas. É aqui que os estudos da comunicação e política se encontram com as análises de políticas públicas por meio da *policy agenda-setting* e os estudos de *agenda building*. Ou seja, um conjunto de pesquisas sobre como a ênfase pública pauta o campo político - transformando as demandas em políticas públicas - e como funcionários públicos pautam a mídia (MCCOMBS E VALENZUELA, 2007). Assim, “*the agenda-setting process is an ongoing competition among proponents of a set of issues to gain the attention of media professionals, the public, and the policy elites*” (DEARING & ROGERS, 1996, p. 06).

A partir disso, o agendamento amplia sua direção para um processo político de transferência de importância de temas da agenda de um público para outro, e não apenas da mídia para a sociedade ou governo. O caminho do processo é o mesmo: a ênfase comunicacional e a visibilidade pública, acrescidos de características do ambiente político e social. No esquema descrito abaixo, formulado por Dearing e Rogers (1996), os autores destacam, por exemplo, a experiência pessoal ou mesmo a comunicação entre as elites como elementos intermediadores do agendamento.

⁶ Hoje em dia a teoria da *agenda setting* tornou-se uma das mais estudadas em Comunicação, em todo o mundo (BRYANT; MIRON, 2004).


 FIGURA 1: Três principais componentes da *Agenda-Setting*

Fonte: Dearing & Rogers (1996)

Considerando especificamente a “*policy agenda*”, Kingdon (2003) aponta diferentes atores relevantes para a conformação desta. Além da mídia, estariam nesse rol o próprio presidente, seus ministros, o legislativo, os partidos, entre outros (JENNING et al, 2011; COBB E ELDER, 1971). Entretanto, nem todos teriam o mesmo impacto. Assim, entre os atores políticos, é o presidente aquele de maior impacto, porque, além de sua influência e atenção recebida, dispõe de recursos institucionais amplos: poder de veto, de nomeação, recursos organizacionais, acesso à informação e também poderes legislativos. O que o autor ressalta é que os chefes de governos possuem um *set* de instrumentos institucionais que permitem influenciar a agenda de política e também a agenda legislativa, e, conseqüentemente, tentar fazer valer os interesses do governo.

Esses recursos institucionais são, então, os chamados poderes de agenda (*presidencial agenda powers*) e se diferenciam do agendamento (*agenda-setting*) pela via pela qual atuam – os primeiros tem caráter institucional e o segundo comunicacional. Ambos processos convergem tanto para a construção da agenda de governo, quanto das relações entre legislativo e executivo. Isto porque os membros do congresso também atuam com um “olho no público”. Arnold (1992) demonstra que, movidos pela premissa de conseguir os benefícios difusos sem arcar com custos concentrados para si, os parlamentares desenvolvem mecanismos de aferição de preferências e adotam estratégias para aprovação de propostas de forma a minimizar as perdas eleitorais. Quando se vêem, por exemplo, diante de matérias polêmicas ou

com grande repercussão pública, tendem a desfazer o *link* rastreável entre a política e seus efeitos. Ou, quando não conseguem, optam por posturas mais moderadas e que não contrariem fortemente o interesse público.

Esse raciocínio óbvio reforça que a informação que chega ao eleitorado é importante na percepção da própria política, dos políticos e, conseqüentemente, para os resultados eleitorais vindouros. Assim, o discurso presidencial que é transmitido diretamente para a população adquire contornos ainda mais relevantes e é formulado considerando, por um lado, os recursos institucionais e, por outro, o poder de agendamento que o gabinete tem a sua disposição.

1.1 Retórica presidencial e a coordenação do governo

Diante disso, um dos principais trabalhos é o livro de Samuel Kernell (2007). Em *Going Public*, o autor propõe uma perspectiva alternativa às teorias da barganha e da antecipação para explicar o presidencialismo e que tem como eixo central as falas públicas presidenciais. Por meio do *bully pulpit*, o autor demonstra como diferentes presidentes americanos acionaram um “terceiro partido” para apoiar suas agendas: a opinião pública.

Nesse sentido, Cohen (1995), ao analisar o *State of the Union*⁷, encontrou uma relação positiva entre os temas da retórica presidencial e a percepção pública das questões relevantes. Ou seja, demonstrou o efeito de agendamento da fala presidencial.

Importante destacar que com uma rede de cobertura cada vez mais ampla e especializada, a fala presidencial aumentou sua potência nas últimas décadas e reverbera nos eleitores que podem, conseqüentemente, pressionar seus congressistas sobre aquela questão ou mesmo retaliar os congressistas contrários por meio do voto⁸. Ao mesmo tempo, a consideração desta abordagem não minimiza

⁷ Discurso anual feito pelo presidente americano ao Congresso.

⁸ Para ilustrar esse processo, Canes-Wrone (2001) relata casos da administração Reagan e Clinton em que os pronunciamentos dos presidentes geraram pressão direta dos eleitores sobre parlamentares contrários (*i.e.* ligações para os gabinetes) e, conseqüentemente, sucesso presidencial. A autora cita, por exemplo, a pauta da redução do imposto de renda de Reagan. Quarenta e oito horas antes da votação da matéria no congresso americano, o presidente discursa para a nação destacando a importância da aprovação da medida. Na manhã seguinte, os gabinetes de vários parlamentares contrários são inundados de telefonemas de eleitores apoiando a posição do presidente e pedindo a mudança de voto de seus congressistas.

o peso dos partidos no jogo político, mas admite que nas sociedades contemporâneas os *medias* também possuem centralidade para entender a dinâmica política e coexistem com as estratégias de barganha e antecipação (NEUSTADT, 1960; KERNELL, 2007; MANIN, 1995, 2013).

Outro aspecto é que a fala pública permite que o crédito da política seja do governo, mas também gera compromissos que precisam ser cumpridos, sob pena de perda de credibilidade diante de seus pares e dos eleitores. Assim, em contextos parlamentaristas, por exemplo, a inclusão de temas no discurso do chefe de governo serve para sinalizar aos partidos que conformam o gabinete o caminho que devem apoiar no congresso (BEVAN, JOHN e JENNINGS, 2007, p.7). A não aprovação das pautas do governo pode danificar a reputação e autoridade política do chefe do executivo.

Assim sendo, o discurso de líderes de governo, quer seja no presidencialismo, quer seja no parlamentarismo, representa mais que palavras, trata de ações concretas e prioridades, e exige um cálculo estratégico por parte do gabinete entre perdas e ganhos (MONTENSEN et al, 2011; CANES-WRONE, 2001; KERNELL, 1993; CONVINGTON, 1987). Isto porque o *bully pulpit* efetivamente força o Legislativo à cooperação, o que pode gerar mais resistência do que suporte por parte dos parlamentares que se sentirão traídos pelo executivo (KERNELL, 2007).

(...) going public fails to extend benefits for compliance, but freely imposes costs for noncompliance.(...) If target representatives are lucky, the president's success may cost them no more than an opportunity at the bargaining table to shape policy or to extract compensation. if unlucky, they may find themselves both capitulating to the president's wishes and suffering the reproach of constituents for having resisted him in the first place. By imposing costs and failing to offer benefits, going public is more akin to force than to bargaining. (KERNELL, 2007, p.)

Ao considerarmos o contexto do presidencialismo de coalizão, outra nuance se acrescenta. O discurso presidencial é resultado não apenas da vontade presidencial e de seu partido, mas ele materializa o conjunto de forças que operam em cooperação e conflito permanente dentro do governo - já que os partidos que cooperam no governo, competem nas eleições. Ou seja, nesse arranjo, a priori, tenso, o discurso

se transforma num capital arriscado porque pode forçar acordos com o Legislativo e ruir o próprio governo⁹. Por isso, é organizado por atores racionais, orientados a maximizar os ganhos desta interlocução, garantir dividendos políticos esperados e minimizar os custos (OLIVEIRA, 2017).

Neste sentido é possível inferir que o *bully pulpit* no contexto do presidencialismo de coalizão seria usado para sinalizar aquilo que é importante para o governo e, possivelmente, em situações em que as condições de barganha não estão favoráveis. Temas polêmicos, matérias sem consenso ou que possam gerar reveses eleitorais ao congresso junto a suas bases, matérias que tratam da perda de direitos, entre outras, seriam então mais propensos a entrar no âmbito visível, de forma a gerar condições vantajosas ao governo.

one may further speculate that by spoiling the bargaining environment, going public renders the president's future influence ever more dependent upon his ability to generate popular support for himself and his policies. The degree to which a president draws upon public opinion determines the kind of leader he will be (KERNELL, 2007, p.16).

Importante ressaltar que, apesar dos riscos, os presidentes em sistemas multipartidários continuam discursando para o “povo” e mantendo ativos canais diretos de fala com os eleitores, como a Voz do Brasil – objeto deste artigo. Assim, é necessário analisar se e em que medida, os temas dos discursos presidenciais são

⁹ Sabemos que a literatura sobre o presidencialismo de coalizão brasileiro diverge quanto ao perfil da relação entre Executivo e Legislativo nessa composição institucional. Numa perspectiva, a independência dos poderes geraria uma situação conflituosa de desincentivo à cooperação. Assim, o presidente dependeria de um legislativo sem disciplina partidária e o modelo tenderia à paralisia decisória (ABRANCHES, 1988; LINZ, 1994; MAINWARING 1998). Noutra abordagem, contrária ao diagnóstico apontado pela anterior, o Executivo teria amplos poderes legislativos, o que o tornaria forte diante de um legislativo disciplinado pelas regras próprias do Congresso (FIGUEIREDO & LIMONGI, 2009; CHEIBUB, 2007; COX & MORGESTEIN, 2001). Entretanto, ainda se sustentaria num modelo conflituoso. Freitas (2013) sugere uma terceira via, onde essa disputa entre Executivo e Legislativo seria substituída por uma relação de cooperação de dois atores fortes com mecanismos legislativos distintos e que formariam um único governo. Entretanto, apesar das divergências nas premissas e diagnósticos das abordagens citadas, elas convergem ao definir que no presidencialismo de coalizão, o sucesso do Executivo depende de algum grau de cooperação com múltiplos e distintos partidos que controlam maiorias no Congresso, o que estabelece uma configuração institucional particularmente distinta do bipartidarismo americano, e se aproximaria do parlamentarismo europeu. Isto resulta, necessariamente, em outros mecanismos de mediação da relação do chefe do Executivo com o Congresso, e também, a priori, em outras nuances para o discurso presidencial.

congruentes com os assuntos propostos pelo governo no Congresso para pensar se há uma tentativa de *bully pulpit* também em contextos de presidencialismo de coalizão. Nossa hipótese principal é que, no caso do Brasil, o discurso presidencial irá tratar de temas existentes na agenda legislativa, em especial, aqueles de maior interesse de aprovação por parte do Executivo. Com isso, a fala pública tenta reforçar as condições de sucesso presidencial por meio da visibilidade pública.

2. Dados e métodos

Com fins de atender ao objetivo proposto, estabelecemos como foco principal da análise os discursos de Fernando Henrique Cardosos e Luiz Inácio Lula da Silva por meio da Voz do Brasil¹⁰ durante os seus respectivos mandatos. Quinzenal ou semanalmente, um pedaço do programa era dedicado à fala dos presidentes. Com FHC, era intitulado “*Palavra do Presidente*” e transmitido apenas via rádio. Com Lula, o bloco passou a se chamar “*Café com o Presidente*” e era transmitido também pela internet. Outra mudança significativa é que, diferentemente de seu antecessor, Lula não fala sozinho: o programa é intermediado por um locutor/apresentador, que faz perguntas e conduz a conversa. Com isso, o caráter de discurso é substituído por um formato de diálogo que torna mais leve e dinâmica a fala presidencial, entretanto não invalida o conceito que trabalhamos. Isto porque as principais características do discurso presidencial ainda se mantêm: ela é direta ao público, controlada e protagonizada pelo presidente e apresentada de forma geral para toda a população. Além disso, o próprio Kernell (2007) ressalta que o *bully pulpit* não é formado apenas pelos discursos transmitidos em arenas políticas tradicionais, como o Congresso, mas todas as falas públicas presidenciais, quer seja para a imprensa, quer seja por veículos próprios.

Outrossim, apesar de sua relevância histórica e sua vitalidade, são poucos os estudos dedicados à Voz do Brasil. Os que o fazem são trabalhos pontuais e sem relação com a característica institucional do presidencialismo brasileiro ou mesmo em investigá-lo a partir da relação Executivo-Legislativo.

¹⁰ Criada em 1935 por Getúlio Vargas, o programa sofreu alterações em relação à linguagem, horário e meios de veiculação. Entretanto, subsiste há mais de 80 anos e semanalmente dedica uma parte à fala presidencial.

O corpus principal da pesquisa foi composto 595 programas no período de 1995 (1º ano de mandato do presidente FHC) a 2010 (último ano de mandato do presidente Lula). A análise dos dados foi quantitativa de conteúdo por meio da lexicometria com o uso do software *Iramuteq*¹¹.

A lexicometria é um conjunto de técnicas que coadunam fortemente com a análise de conteúdo e têm no léxico, ou seja, no conjunto de palavras de uma língua, a sua unidade de análise. Originada na França em 1970 a partir dos trabalhos de linguistas, cientistas sociais e estatísticos, é também conhecida como Análise Quantitativa de Texto e seu principal pressuposto é que a expressão material dos sentidos e trocas comunicativas podem ser encontradas por meio de análises matemáticas sobre as palavras: desde contagem de frequência até testes multivariados. Assim, a palavra é analisada por si e em contexto, e as métricas servem de indicativo de temas, percepções, representações, ou seja, revelam significados subjacentes às comunicações (LEBART E SALEM, 1988). E este é o principal objetivo da Análise de Conteúdo (AC): inferir, por meio de uma hermenêutica controlada por procedimentos sistemáticos, o conteúdo das mensagens. Como afirma Bardin (2009, p. 44), pertencem ao domínio da AC todas as iniciativas que, “a partir de um conjunto de técnicas parciais, mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo, com o contributo de índices passíveis ou não de quantificação”.

Importante destacar que desde o seu surgimento, a Análise de Conteúdo tem uma forte relação com a análises quantitativas, a partir da contagem e medição de palavras e categorias com vistas a mensurar os padrões das mensagens midiáticas (LASSWELL, 1949; BARDIN, 2009; SAMPAIO & LYCARIÃO, 2018)¹². Entretanto,

¹¹ O *Iramuteq* é um *software* gratuito e com fonte aberta, desenvolvido pelo *Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales* (LERASS) da Universidade de Toulouse e é utilizado em pesquisas no Brasil há poucos anos. Por meio dele é possível analisar material escrito ou verbal (desde que transcrito) e fazer tratamento estatístico sobre corpus textuais ou tabelas indivíduos/palavras (REINERT, 1990; LAHLOU, 2012; MARCHAND E RATINAUD, 2012; LOUBÈRE E RATINAUD, 2014). Ao todo, 5 tipos de análises de dados textuais diferentes podem ser realizadas. As principais delas são os testes multivariados, como a Classificação Descendente Hierárquica (CDH) e Análise Fatorial de Correspondência (LEBART E SALEM, 1988; CAMARGO E JUSTO, 2016).

¹² Berelson (1954) por exemplo, estabelece na década de 50 que a análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto na comunicação.

apesar de sua relevância e forte desenvolvimento a partir do início do século XX, é apenas com o desenvolvimento de teorias e análises da linguística com suporte computacional que a análise de conteúdo pode ser feita ancorada em técnicas como a lexicometria. Assim, a análise de conteúdo se descola de uma abordagem puramente descritiva e passa a ter como objeto a inferência.

Que esta inferência se realize tendo por base indicadores de frequência, ou, cada vez mais assiduamente, com a ajuda de indicadores combinados (cf. análise de co-ocorrências), toma-se consciência de que, a partir dos resultados da análise, se pode regressar às causas, ou até descer aos efeitos das características das comunicações” (BARDIN, 2009, p. 23)

No esteio do desenvolvimento computacional, com os avanços e diferenciação das teorias linguísticas, o *Iramuteq* surge e tem sido empregado como suporte importantes para análise quantitativa de textos e de conteúdo em pesquisas em todo o mundo. Suas duas principais vantagens são a capacidade e velocidade de análise em corpus de “n” robusto, e, principalmente, a replicabilidade do método e dos resultados, já que esta é feita baseada na estatística descritiva e multidimensional das palavras do corpus, o que diminui a arbitrariedade de parâmetros. A desvantagem é que, para poder resultar em dados passíveis de inferência, é necessário que as intenções estejam claramente expressas em palavras. Sentidos subentendidos e linguagens fortemente metafóricas apresentam maior dificuldades de análise a partir da lexicometria. Assim, uma das principais necessidades a ser atendida na preparação do corpus é a uniformidade entre os textos a serem analisados.

Assim, o primeiro tratamento dos dados foi a construção dos *corpus* com os discursos de cada presidente. Isto foi feito em duas etapas: na primeira, construímos as linhas de variáveis que nos interessavam, como n. de entrada (1-x), presidente (FHC=0/ Lula =1), ano de mandato (1-8); dia (1-31), mês (1-12), ano de veiculação (1994-2010), convidado (NÃO=0/SIM=1), e texto (transcrição do discurso presidencial na Voz do Brasil). A variável “convidado” serviu para identificar se naquele texto havia uma ou mais pessoas falando, ponto extremamente importante para a segunda etapa: a uniformização do corpus.

Um corpus deve ser uniforme para garantir o processamento correto dos dados, quer seja em métrica, quer seja, principalmente, em narrativa. Um texto que é resultado de uma fala tem estrutura narrativa diferente de um texto criado já para ser lido. Assim, impede a comparação. Por isso, a etapa da uniformização é extremamente importante. Ela começa escolhendo os textos semelhantes para compor o corpus e retirando os “caracteres não-processados”, ou seja, elementos de pontuação e sinais como “%” que seriam lidos como comandos e não como palavras durante a análise. Assim, foram retiradas aspas, apóstrofes, travessão entre outros¹³ e, em seguida, foi feita a correção gramatical, união de palavras compostas com hífen, padronização das siglas e nomes próprios. Isso serve para que o *Iramuteq* possa contar as palavras sem dubiedade, como no exemplo abaixo:

ORIGINAL: Presidente, se aprovado o Fundo da Educação Básica, o Fundeb, vai investir mais dinheiro na educação. E, na prática, o que isso significa em termos de vaga e da melhoria da qualidade de ensino?

UNIFORMIZADO: Presidente, se aprovado, o Fundeb vai investir mais dinheiro na educação. E, na prática, o que isso significa em termos de vaga e da melhoria da qualidade de ensino?

Figura 2: Exemplo de uniformização de Siglas
FONTE: Autoras

Outro aspecto para a uniformização foi a questão de programas onde o presidente falava sozinho ou não. Com isso, foram retirados todas as retransmissões¹⁴ já que os convidados – ministros ou outras pessoas – recebiam, por transferência, o prestígio e a relevância do presidente ao falar junto com o chefe do executivo, como porta-vozes. Assim, o que falavam era relevante e era transformado como uma fala do presidente. Por fim, no caso dos programas referentes ao presidente Lula, também retiramos os trechos de apresentação do locutor, bem como os slogans que serviam para demarcar aos ouvintes o nome do programa, mantendo apenas o diálogo de perguntas e respostas entre eles.

¹³ Para a lista completa, ver os manuais de utilização do *iramuteq* em língua portuguesa disponível no link: <http://iramuteq.org/documentation>

¹⁴ Termo utilizado para designar que o texto se refere a determinado falante, como no exemplo que segue. “*Ministro Pelé*: Tenho muita coisa para contar sim, Presidente. Antes de começar, quero dizer que acredito que o esporte pode ajudar a melhorar a vida dos brasileiros não apenas conquistando (...)”. No trecho, a retransmissão está destacada em itálico.

Feito isso, os *corpus* foram importados no *Iramuteq*. O software permite 5 diferentes análises lexicométricas. Destas usamos três: a Estatísticas Textuais, Classificação Hierárquica Descendente (CHD) e a Árvore de Coocorrência. Na primeira delas, o corpus é decomposto em formas (palavras) a partir das classes gramaticais as quais pertencem. É um teste de estatística descritiva simples onde são apresentadas as frequências gerais e relativas de cada uma das formas identificadas.

O segundo – a CHD – já é um teste multivariado, ou seja, onde as formas são apresentadas organizadas a partir de clusters formados por sucessivos testes de x^2 . Ou seja, o conjunto de textos é decomposto em segmentos¹⁵ – a unidade de contexto elementar – e cada segmento transforma-se em uma linha de uma matriz. As colunas são as formas encontradas em todo o corpus. As linhas e colunas são cruzadas em repetidos testes de x^2 , obtendo-se uma classificação estável e definitiva organizada em dendogramas que ilustram as relações entre os *clusters* (REINERT, 1990). Estes possuem então palavras com alta relevância estatística interna e baixa relevância estatística externa (CAMARGO E JUSTO, 2016). Esse tipo de análise é importante para entender como as formas se relacionam com seus contextos.

Por fim, a árvore de coocorrência expressa graficamente as relações de coocorrência das palavras dentro dos segmentos analisados. Ou seja, as palavras de alta frequência são relacionadas com aquelas com frequência maior que 3 que aparecem próximas no corpus analisado.

Assim, por meio das estatísticas textuais podemos identificar os termos mais frequentes utilizados pelos presidentes, bem como a frequência do uso de palavras que remetem ao Legislativo, como Congresso Nacional, Câmara dos Deputados e Senado. Na CHD, podemos ver como estas palavras legislativas se relacionam com as outras, demonstrando em quais seguimentos, ou com quais temas, aparecem relacionadas. E, por fim, na árvore de coocorrência, teremos essas relações expressas de forma visual.

¹⁵ Os segmentos são fragmentos dos textos considerados o ambiente das palavras. São formados por trechos, mais ou menos uniformes, que são dimensionados automaticamente pelo próprio software. Eles têm em média 3 linhas e são construídos por dois critérios: tamanho e pontuação. Para mais ver manuais de utilização do *iramuteq* em língua portuguesa disponível no link: <http://iramuteq.org/documentation>

Neste sentido, seguiremos nas próximas subseções com a apresentação e análise dos resultados de cada um dos programas analisados por presidente e, em seguida, de suas agendas legislativas com vistas a responder a questão deste trabalho.

2.1 Fernando Henrique Cardoso: Palavra do Presidente

De acordo com Salem (2009), o caminho que deve ser seguido nas análises quantitativas de textos começa na observação dos dados isolados, ou seja, as palavras e depois ele em testes multivariados, em relação com o seu contexto. Assim, o corpus do “*Palavra do Presidente*” com 320 textos foi decomposto automaticamente pelo software em 3.527 segmentos com 11.219 formas (todas as palavras do texto sem contar suas repetições) e 154.184 ocorrências (todas as palavras contando suas repetições, considerando aqui todas as classes gramaticais. Quando selecionamos aquelas relevantes para nosso objeto – substantivos, adjetivos e verbos – este número cai para 5.712 formas com 67.692 ocorrências dando uma frequência média de 11.85. Abaixo seguem as principais formas encontradas de acordo com sua frequência total no corpus¹⁶.

TABELA 2
Palavras mais frequentes no corpus “Palavra do Presidentes” (FHC)

POSIÇÃO DE 1-10		POSIÇÃO DE 11-20		POSIÇÃO DE 21-30		POSIÇÃO DE 31-40		POSIÇÃO DE 41-50	
Forma	eff ¹⁷	Forma	eff	Forma	eff	Forma	eff	Forma	eff
programa	832	criança	356	recurso	281	melhorar	215	dizer	189
Ano	821	escola	346	só	280	bom	214	criar	188
brasileiro	566	precisar	337	dia	271	trabalhador	212	chegar	186
País	505	dar	331	trabalhar	250	mesmo	209	terra	183
brasil	494	município	324	começar	240	melhor	209	ajudar	177
governo	468	milhão	309	pessoa	238	projeto	205	falar	176
querer	403	saber	303	dinheiro	236	pequeno	205	passado	175
Real	378	emprego	297	porcento	234	educação	197	mês	175
saúde	364	família	296	receber	230	empresa	195	banco	175
Novo	361	grande	283	importante	222	vez	190	professor	169
TOTAL	5192	TOTAL	3182	TOTAL	2482	TOTAL	2051	TOTAL	1793

FONTE: Autoras a partir de dados do *Iramuteq*

¹⁶ Aqui apresentaremos apenas as 50 palavras mais frequentes por conta do espaço.

¹⁷ Sigla utilizada no *Iramuteq* para indicar a “frequência total” da palavra. A partir daqui, utilizaremos esta sigla em todas as tabelas para indicar a frequência total.

Neste primeiro movimento já identificamos algumas informações importantes. A forma mais frequente é “PROGRAMA” utilizada para citar e se referir aos programas lançados pelo governo e anunciados via rádio. Conseguimos catalogar qualitativamente, a partir dos segmentos onde aparecem, 108 programas diferentes mencionados pelo presidente em seus discursos, alguns mais de uma vez, nas áreas de educação, agricultura, erradicação do trabalho infantil, entre outros

Outro aspecto relevante é que entre as 50 palavras com maior frequência nenhum delas indica o poder Legislativo, como Congresso Nacional, Câmara dos Deputados ou Senado. Acreditamos que se o objetivo do Presidente ao tratar de matérias a serem enviadas ou em tramitação na Câmara ou no Senado é de forçar a barganha a seu favor, os atores envolvidos precisam ser citados. Ou seja, palavras que designam o poder Legislativo devem ser mencionadas. Assim, voltamos aos dados e selecionamos as palavras que poderiam denotar esses atores com a posição que ocupam e a frequência total.

TABELA 3
 Frequências das formas indicativas do Poder Legislativo – corpus FHC

Posição	Forma	eff
144	congresso_nacional	86
735	câmara_dos_deputados	20
652	senado	22
897	parlamentar	15
1378	deputado	9
1451	senador	7
1948	legislativo	5

FONTE: Autoras a partir do *Iramuteq*

Das sete palavras encontradas, as quatro primeiras passaram a ser consideradas por estarem acima da média. Interessante destacar ainda que todas as palavras, se somadas, somam 164 de frequência. Ou seja, ficariam bem próximas das 50 mais frequentes. Seguimos então para a Classificação Hierárquica Descendente (CHD) para poder identificar a relação das palavras com seus contextos. O resultado da análise é apresentado no dendograma abaixo¹⁸.

¹⁸ Para que uma CHD seja válida e passível de análise é necessário que o programa consiga processar mais de 75% dos segmentos totais. Ou seja, que consiga haver alguma relação estatística entre eles. No caso desse corpus o nosso percentual foi de 89,99%.

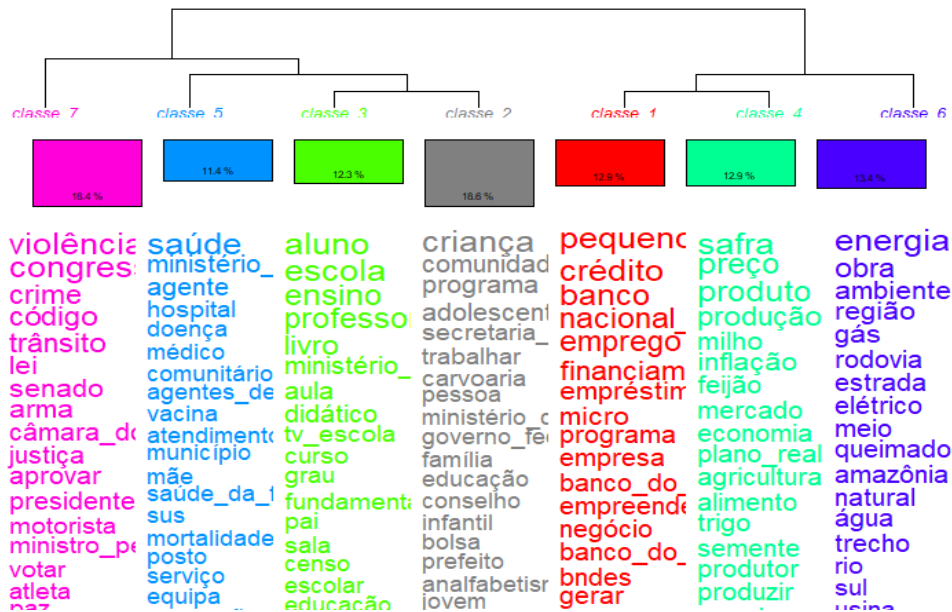


Figura 3: Dendrograma com *clusters* criados pela CHD – “Palavra do Presidente”
 FONTE: *Iramuteq*

Aqui é possível identificar 7 grupos estáveis com um vocabulário de relação estatística forte internamente e fraca externamente. Ressalte-se o fato de que a palavra mais frequente “PROGRAMA” aparece no cluster 1, sendo a 9ª palavra mais relevante para os segmentos. Isso demonstra como a análise de contexto nos demonstra relações importantes que não são captadas quando tomamos a frequência total das formas sozinhas. Muitas vezes a frequência é superestimada por vícios de linguagem ou mesmo pela própria classe da palavra – preposição ou artigos aparecem muito mais em nosso vocabulário do que determinados substantivos ou verbos.

Assim, a leitura aqui segue no sentido de identificar em que cluster as palavras do Legislativo estão relacionadas. Percebemos, portanto, que estão no grupo 7 onde “CONGRESSO_NACIONAL” está na 2ª posição na ordem de relevância, o “Senado” na 7ª e a “CÂMARA_DOS_DEPUTADOS” em 9ª. Ou seja, há uma homogeneidade nos segmentos em que essas palavras aparecem. Resta saber o que indicam.

Num primeiro olhar já podemos indicar que o cluster trata das leis e códigos modificados e criados na gestão de FHC. São leis que tratam de crimes, violência, armas e também trânsito. Ou seja, a reestruturação legal e normativa do país. Isso faz algum sentido quando pensamos que essas alterações obrigatoriamente têm de passar pelo Congresso. Outro aspecto relevante é que os outros grupos tratam de

áreas de políticas públicas, como educação (cluster 3) e saúde (cluster 5), e nestes a figura do Legislativo não aparece.

Por fim, conseguimos identificar ainda as particularidades do cluster 7 quando rodamos a análise de coocorrência. Na árvore representada abaixo é possível identificar questões como a votação da CPMF e as mudanças e reformas jurídicas no que se refere ao código civil e, principalmente, o código penal. O tema da violência também está muito presente no contexto dos assuntos que tangem o Legislativo.

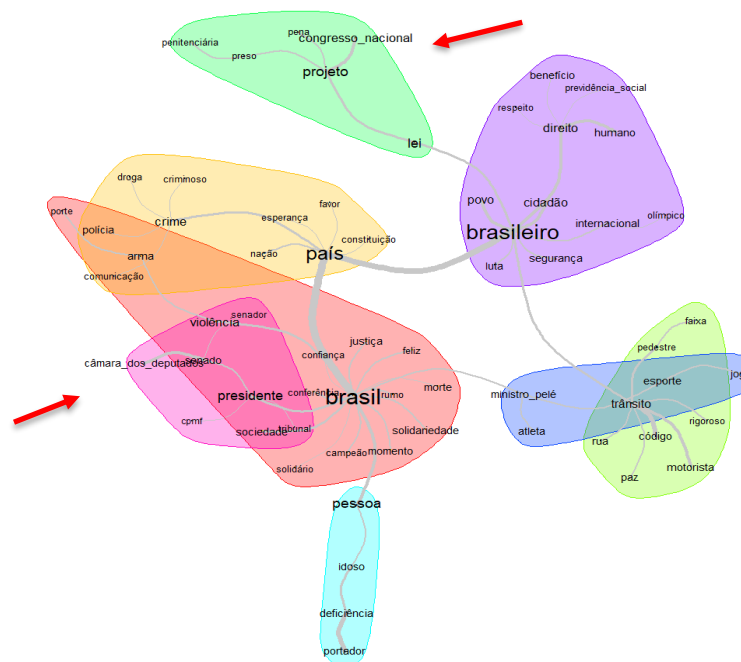


Figura 4: Árvore de coocorrência do cluster 7
 FONTE: Iramuteq

2.2 Lula: Café com o Presidente

Seguindo o mesmo caminho estabelecido no corpus anterior, começamos esta análise pela estatística descritiva do corpus. Os 275 programas foram divididos em 5.303 segmentos de textos com 229.783 ocorrências de 11.435 formas. Separando os tipos de classe que nos interessavam, esse total caiu para 93.030 ocorrências de 6.078 formas. Isso dá uma média de frequência de 15.3 ocorrências por palavra.

TABELA 4
 Palavras mais frequentes no corpus “Café com o Presidente” (Lula)

Posição de 1-10		Posição de 11-20		Posição de 21-30		Posição de 31-40		Posição de 41-50	
Forma	eff	Forma	eff	Forma	eff	Forma	eff	Forma	eff
brasil	2080	brasileiro	616	grande	372	acontecer	319	dinheiro	265
país	1264	dar	609	trabalhar	371	milhão	297	continuar	260

gente	1171	mundo	564	saber	370	semana	284	colocar	260
importante	1044	dizer	547	emprego	370	questão	284	melhor	256
presidente	947	precisar	545	começar	353	povo	275	momento	255
pessoa	779	senhor	468	porcento	352	povo_brasileiro	271	bom	255
querer	770	governo	464	vez	351	pensar	271	significar	254
ano	755	programa	435	dia	339	chegar	271	passado	251
coisa	699	ficar	395	falar	336	mesmo	267	produzir	250
achar	636	crescer	386	investimento	322	novo	265	tomar	245

FONTE: Autoras a partir de dados do Iramuteq

Aqui, apesar das palavras mais importantes serem “BRASIL” e “PAÍS”, outras podem ser consideradas para permitir identificar pontos relevantes, como as formas “GENTE”, “BRASILEIRO”, “PESSOA” e “POVO_BRASILEIRO”. Elas indicam que além de falar da construção de um país, era frequente o foco na população e nos efeitos na vida da população das ações anunciadas. A palavra “PROGRAMA” apenas na 18ª posição, bem diferente que no corpus anterior.

As palavras que se referem ao poder Legislativo também não estão indicadas entre as 50 primeiras mais frequentes. A primeira delas – “CONGRESSO NACIONAL” – aparece na 170ª posição como demonstrado na tabela abaixo.

TABELA 5
Frequências das formas indicativas do Poder Legislativo – corpus Lula

Posição	Forma	eff
170	congresso_nacional	98
502	senador	34
690	câmara_dos_deputados	24
698	senado	23
1017	deputado	15
2379	legislativo	4
2787	parlamentar	3

FONTE: Elaboração própria a partir do Iramuteq

A partir destes resultados, as palavras que passaram a ser consideradas como de interesse são as quatro primeiras: Congresso Nacional, Senador, Câmara dos Deputados e Senado. O total de suas frequências também aponta uma proximidade das 50 mais frequentes, mostrando relevância de palavras que sinalizam o Legislativo de alguma maneira. Neste sentido, prosseguimos com a CDH para identificar a relação destas com os seus contextos.

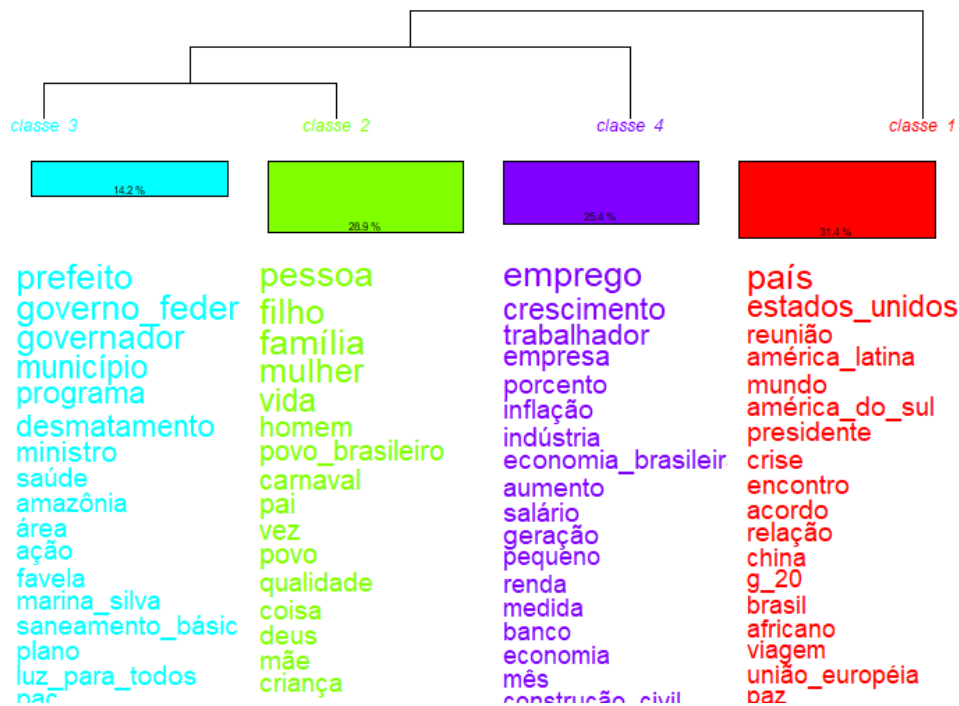


Figura 5: Dendrograma com *clusters* criados pela CHD – “Café com o Presidente”
 FONTE: *Iramuteq*

Os resultados da CHD mostram alguns aspectos interessantes. O primeiro deles é que os clusters são menos uniformes, o que significa que há uma variedade de assuntos tratados juntos. No cluster 3, por exemplo, trata da relação entre a união e os entes federados, mas também de meio ambiente, saneamento, energia, infraestrutura, entre outros. Já o 4 trata de economia e indústria, passando pelas políticas de estímulo ao emprego e geração de renda. O grupo 2 que parece, num primeiro olhar tratar da família reúne, de fato, várias políticas sociais que eram tratadas no programa numa perspectiva aplicada às vidas das pessoas. Era comum o presidente tratar dos programas aplicando a aspectos do dia-a-dia da população, como no exemplo abaixo em que trata do programa Farmácia Popular:

(...) e essas **pessoas** precisam de remédio. Vou dar um exemplo: uma **pessoa** no Brasil que faz tratamento com insulina, normalmente, gastaria por volta de 111, 110, 112 reais por mês. Agora essa **pessoa** vai gastar apenas 10 por cento disso. Ou seja, vai gastar 11 reais por mês. (LULA, PROGRAMA CAFÉ COM O PRESIDENTE, 27/03/2006).

O cluster mais uniforme entre os 4 é o de número 1, que congrega 31,4% do total de segmentos da análise. Este trata da política externa federal que, já vinha recebendo atenção na gestão de Fernando Henrique Cardoso, mas se torna um tema frequente com Lula. É muito comum o presidente gravar o programa em viagens internacionais, dentro do avião ou mesmo em aeroportos.

Agora, o dado mais evidente é que em nenhum destes as palavras ligadas ao legislativo apareceram em uma posição inicial de relevância. Isto não quer dizer que elas não sejam relevantes completamente, mas que houve menos homogeneidade nos temas que no corpus anterior. Ao analisarmos o perfil de cada cluster identificamos “SENADOR”, “SENADO” e “CONGRESSO NACIONAL” na classe 3. Esta último apareceu ainda nas classes 2 e 4, mas em posições menos relevantes¹⁹. A palavra “CÂMARA_DOS_DEPUTADOS” não constou como relevante em nenhum dos clusters. Assim, considerando a concentração das palavras legislativas na classe 3, analisamos mais a fundo as relações ali estabelecidas.

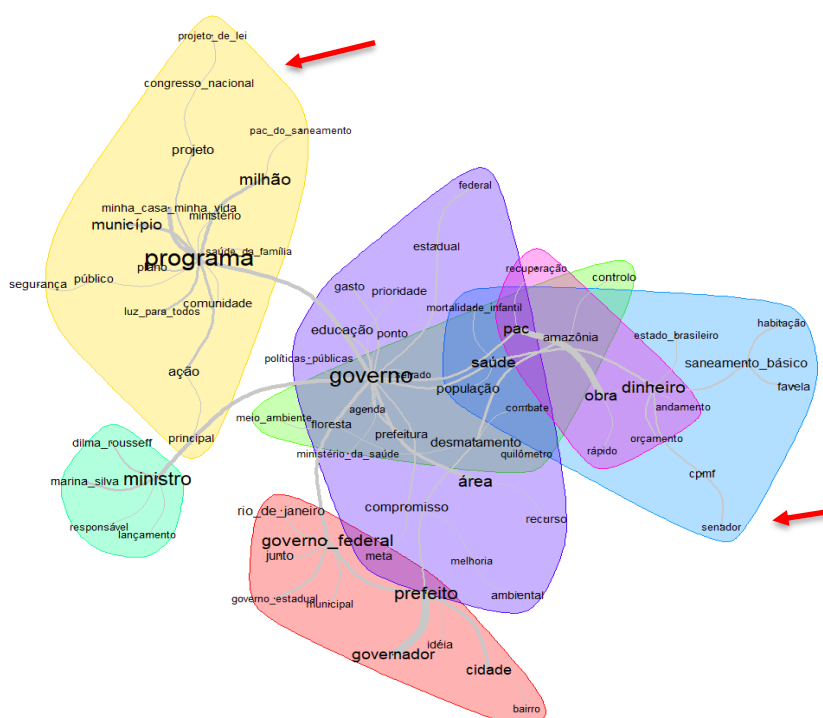


Figura 6: Árvore de coocorrência do cluster 3 – “Café com o Presidente”
 FONTE: *Iramuteq*

¹⁹ O termo apareceu na 268ª e 389ª posições nos clusters 2 e 4, respectivamente. No cluster 3, ocupou a 255ª posição.

Na árvore representada acima é possível encontrar dois grupos importantes. O primeiro, onde aparece a palavra “CONGRESSO_NACIONAL” tem como centro “PROGRAMA” e se refere a programas criados pelo governo, como Minha Casa, Minha Vida e Luz para Todos, e também projetos de lei enviados para apreciação do Legislativo. No segundo, onde estão as palavras “SENADOR” e “SENADO”, aparecem questões como orçamento, PAC e também a CPMF. Esta última é relevante já que foi um tema em que o governo foi derrotado justamente no Senado.

3. Considerações finais

Após a apresentação dos dados e resultados podemos inferir que os presidentes utilizam seus discursos para tratar de questões que tramitam no Congresso Nacional durante os seus mandatos, apontando que a fala pública tem relação com a agenda de políticas públicas apresentada pelo Executivo no Legislativo. Mais ainda: nos dois casos analisados, os presidentes trataram em seus programas radiofônicos de temas relacionados com os interesses de cada governo. No caso de FHC, um governo marcado pela reestruturação estatal e econômica, o Congresso Nacional está relacionado com as mudanças nos códigos penal e civil promovidas pelo governo, além da questão da CPMF. Já no governo Lula, as palavras têm relação com políticas e programas do governo federal, orçamento, infraestrutura, meio ambiente e saneamento básico.

Neste sentido, os dados mostram de forma muito clara dois modelos de agenda temática legislativa nos discursos dos presidentes analisados. Com FHC, há uma agenda menos diversa e melhor organizada. Como cada programa era dedicado a apenas um tema, há mais uniformidade aos dados, bem como na agenda. Já com Lula, há uma narrativa mais generalizada e com uma agenda múltipla, onde vários temas são tratados em cada programa. Além disso, é comum ser utilizado o espaço para reforçar o esforço do governo em construir um país melhor, ressaltar e solicitar a confiança no governo e também fortalecer a autoestima da população. Sabemos, no entanto, que parte das políticas citadas pelos presidentes, principalmente aquelas que foram pouco tratadas, podem não ter sido identificadas por trabalharmos com as frequências mais altas do corpus. E como usar o *bully pulpit* é uma estratégia de custo elevado, usar muitos programas ou muito espaços dos programas para dar atenção à

temas de interesse do governo no Congresso Nacional poderia demonstrar fragilidade do governo ou mesmo construir resistências.

Uma abordagem qualitativa dos dados que foram organizados pela análise quantitativa pode ser uma boa escolha no sentido de poder responder com mais segurança sobre se os temas de interesse do governo são aqueles que apresentam mais dificuldades para o governo e uma etapa vindoura na tentativa de respondermos essa questão. Importante destacar que este é um *work in progress*, o que aponta que outros tratamentos e questões podem e devem surgir no decorrer da análise.

Por fim, concordamos que os dados analisados e os resultados apresentados confirmam a hipótese de que os temas de interesse do governo no Legislativo foram levados à público pelos presidentes. Um destaque, neste sentido, é a CPMF. Ela apareceu nos dois governos e, no caso de Lula, não foi renovada, o que representou uma derrota dos interesses do Executivo. Essa derrota, mesmo antes de acontecer, foi mencionada pelo presidente ressaltando os prejuízos da rejeição por parte do Congresso Nacional, demonstrando uma tentativa de evitar a possível rejeição, como no seguinte trecho: “(...) quando eu vejo o discurso de alguns senadores dizendo de não aprovar a CPMF e criar problema para o governo... não vão criar problema para o governo, vão criar problema para a sociedade brasileira” (LULA, CAFÉ COM O PRESIDENTE, 19/11/2007).

Além disso, importante destacar também que os presidentes também se utilizam de seus discursos para garantirem *goals* para o governo de outras duas formas: anunciando políticas e vinculando os créditos delas ao bom andamento do governo e, também, abrindo espaço para atores políticos e ministros participem ao seu lado dos programas, transferindo prestígio a esses convidados e ao mesmo tempo, estabelecendo vínculos positivos com os partidos ou grupos aos quais estão ligados. Ao invés de estimular a cooperação pela pressão, estimula para participação conjunta e compartilhamento dos créditos políticos das medidas anunciadas. Assim, abre-se outra questão relevante que carece de investigação: a condução das relações da coalizão a partir da visibilidade dos ministérios e das políticas nas falas presidenciais.

Assim, é possível afirmar que os discursos são sim uma estratégia de coordenação do governo e de fazer valer os interesses do Executivo mesmo num

contexto de presidencialismo de coalizão. Quer seja apenas para prestar contas do que está sendo enviado ao Congresso ou para desequilibrar as condições de barganha por meio da divisão de responsabilidades, os presidentes têm no discurso uma poderosa ferramenta por conta de seu prestígio e unilateralidade.

Por fim, esse trabalho demonstra a vitalidade e complexidade do objeto aqui proposto. Ainda há um longo caminho a ser percorrido e esperamos que este artigo venha contribuir para reflexões sobre o uso da comunicação pública e dos discursos presidenciais como estratégias de barganha e ganhos legislativos.

Referências Bibliográficas

- ABRANCHES. Presidencialismo de coalizão: o dilema institucional brasileiro. In: **Dados**. Rio de Janeiro. vol. 31, n. 1, 1988, p. 5-34.
- ARNOLD, R. D. **The Logical of congressional action**. Yale University Press, 1992
- AZEVEDO, F. A. **A grande imprensa brasileira: paralelismo político e antipetismo (1989-2014)**. 2016. 172 f. Tese (Professor Titular). Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Edições 70, Lisboa, 2009.
- BEVAN, S; JOHN, P; JENNINGS, W. Keeping party programmes on track: the transmission of the policy agendas of Executive speeches to Legislative outputs in the United Kingdom. In: **European Political Science Review**. v. 03, n. 3, nov. 2011, p. 395-417.
- BREEMAN et al. Political attention in coalition system: analysing queen's speeches in the Netherlands 1945-2007. In: **Acta Politica**, n. 44, 2009.
- CAMARGO, B. V; JUSTO, A.M. **Tutorial para uso do software de análise textual Iramuteq**. 2016. Disponível em <http://www.iramuteq.org/documentation>
- CANES-WRONE, B. The president's legislative influence from public appeals. In: **American Journal of Political Science**. Apr 2001, v. 45, n. 2. p. 313-329.
- CHEIBUB, J. A. **Presidentialism, parliamentarism and Democracy**. Cambridge University Press, 2007.
- COBB, R. W.; ELDER, C. D. The Politics of Agenda-Building: an Alternative Perspective for Modern Democratic Theory. In: **The Journal of Politics**. v. 33, n. 4, 1971, p. 892-915.
- COHEN, J. Presidential rethoric and the public agenda. In: **American Journal of Political Science**. Feb. 1995. v. 39, n. 1. p. 87-107.
- CONVINGTON, C.R. Satyng Private: gaining congressional support for unpublicized presidential preferences on roll-call votes. In: **Journal of Politics**. v. 49. 1987. p. 737-755
- COX, G.W; MORGENSTEIN, S. Latin America's Reactive Assemblies and Proactive Presidents. In: **Comparative Politics**. v. 33, n. 02. jan, 2011. p. 171-189.
- DEARING, J. W., & ROGERS, E. M. **Agenda-setting**. Thousands Oaks, Sage, 1996.
- FIGUEIREDO, A; LIMONGI, F. **Executivo e legislativo na nova ordem constitucional: bases institucionais no presidencialismo de coalizão**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1999.
- FREITAS, A. **O presidencialismo da coalizão**. Tese (doutorado). 2013. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- JENNINGS et al. Effects of the Core Functions of Government on the Diversity of Executive Agendas. In: **Comparative Political Studies**. v. 44, n.08. 2011. p. 1001-1030.
- KERNELL, S. **Going public: new strategies of presidential leadership**. DC, CQ Press, 1993
- KINGDON, J. **Agendas, Alternatives, and Public Policies**. Ann Arbor, University of Michigan, 2003.
- LAHLOU, S. Text mining methods: An answer to Chartier and Meunier. In: **Papers on Social Representations**, v. 20, n.38, p. 1-7. 2012
- LASSWELL, H. D. **The Structure and Function of Communication in Society**. 1949

- LAZARSFELD, P.F; MERTON, R. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002, p. 109-131.
- LEBARDE, L.; SALEM, A. **L'Analyse statistique des données textuelle**. Paris. Dunod. 1988.
- LEWIS, D. The two rhetorical presidencies: An Analysis of Televised Presidential Speeches. In: **American Politics Research**. v. 25. 1997. p. 380-395.
- LINZ, J. Democracy: presidential or parliamentary. Does it make difference? In: LINS, J; VALENZUELA, A (ed). **Presidential or Parliamentary Democracy: Does it make difference?** Baltimore, John Hopkins University Press. 1994. p. 03-87.
- LOUBÈRE, L.; RATINAUD, P. **Documentation IraMuTeQ - 0.6 alpha 3 version 0.1**. 2014. Disponível em: <http://www.iramutec.org>
- LOURENÇO, L. C. Propaganda Negativa: ataque versus votos nas eleições presidenciais de 2002. In: **Opinião Pública**, vol. 15, 2009, p. 133-158.
- MAINWARING, S. Democracia presidencialista multipartidária: o caso do Brasil. In: **Lua Nova**. v. 28-29. 1998. p. 21-74.
- MARCHAND, P; RATINAUD, P. L'analyse de similitude appliqué aux corpus textuelles: les primaires socialistes pour l'élection présidentielle française. In: **Actes de 11eme Journées Internationales d'Analyse Statistique des Données Textuelles**. Liège, Bélgica, 2012.
- McCOMBS, M; SHAW, D. The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: **The Public Opinion Quarterly**, vol. 36, no 2, 1972, p. 176-187.
- MORTENSEN et al. Comparing government agendas: executive speeches in the Netherlands, United Kingdom and Denmark. In: **Comparative Political Studies**. v. 44, n. 08, 2011. p.973-1000
- NEUSTADT, R. E. **Presidential Power**. New York, Wiley, 1960.
- OLIVEIRA, G. **Relações entre agenda e enquadramento da propaganda negativa eleitoral e a imprensa na campanha presidencial de 2014**. Tese (Doutorado). 2017. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- REINERT, M. Alceste: une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application. In: **Bulletin de méthodologie sociologique**. v. 28. p. 24-54. 1990.
- SALEM, A. **Tutoriels pour l'analyse textométrique**. Disponível em: <http://lexicometrica.univ-paris3.fr/numspeciaux/special8/tutoriel1.pdf>
- SAMPAIO, R; LYCARIÃO, D. Eu quero acreditar! Da importância, formas de uso e limites dos testes de confiabilidade na análise de conteúdo. In: **Sociologia e Política**. v. 26, n. 66, jun. 2018. p. 31-47.
- TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, Editora Unisinos, 2001.
- YOUNG, G; PERKINS, W.B. Presidential rhetoric, the public agenda, and the end of presidential television's "golden age". In: **The Journal of Politics**. Nov. 2005, v. 67, n. 4. p. 1190-1205.
- ZAREFSKY, D. Presidential rhetoric and the power of definition. In: **Presidential Studies Quarterly**. Sep 2004, n. 34, v. 3. p. 607-619.