

# Debates presidenciais na eleição americana de 2020: na televisão e na internet

## Presidential debates in the 2020 American election: on television and the internet

Thiago Perez Bernardes de Moraes

*Pós-doutor em direito constitucional pela Università degli Studi di Messina e doutor em psicologia social pela Universidad Argentina John Fitzgerald Kennedy. Atualmente é pós-doutorando em psicologia social pela Universidad Argentina John Fitzgerald Kennedy e professor junto ao Centro Universitário Campos de Andrade (Uniandrade). Bacharel em Ciência Política pelo Centro Universitário Internacional UNINTER. Editor-chefe da RIBPSI – Revista Iberoamericana de Psicologia. Email: thiago.moraes@uniandrade.edu.br*

Romer Mottinha Santos

*Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná, Especialista em Mídias Integradas na Educação (UFPR), MBA em Gestão Estratégica de Marketing (UNINTER), Especialista em Produção Audiovisual para Web (UNINTER), Bacharel em Ciência Política e Pesquisador pelo Centro Universitário Internacional UNINTER. Servidor público estadual do Paraná. Membro sócio efetivo da Associação Brasileira de Ciência Política - ABCP. Email: romermottinha@gmail.com*

### Resumo

*O ano de 2020 marca um período atípico da história americana pela elevada quantidade de contaminados e mortos pela Covid-19 e pelos protestos relacionados ao movimento Black Lives Matter, que fizeram o pano de fundo da corrida eleitoral entre Joe Biden e Donald Trump. Nessa eleição, ocorreram dois debates entre os presideciáveis televisionados e um único entre os candidatos a vice (Harris e Pence). Historicamente, os debates presidenciais dentro do contexto das eleições estadunidenses representam momentos decisivos, capazes de alterar as atitudes do eleitorado e possivelmente o direcionamento do voto. A fim de avaliar a possível relação entre o interesse dos internautas por informações sobre os presideciáveis e os debates televisivos em 2020, delineou-se um trabalho de dados do Google Trends. Os resultados indicam que parte significativa do interesse registrado no Google pelos candidatos à disputa presidencial (Joe Biden e Donald Trump) se relaciona com o interesse pelos debates. Corroborando argumentos já fomentados pela literatura, o debate como comunicação eleitoral se mostra central na modelagem da cultura política.*

### Palavras-Chave

*Debates, Eleições 2020, Joe Biden, Donald Trump, Internet.*

### Abstract

*2020 marks an atypical period in American history for the high number of people infected and killed by Covid-19 and the protests related to the Black Lives Matter movement that painted the final backdrop to the electoral race between Joe Biden and Donald Trump. In that election, there were two debates between the televised presidential candidates and a single one between the vice candidates (Harris and Pence). From a historical perspective, presidential debates in the context of US elections represent decisive moments capable of changing the attitudes of the electorate and possibly the direction of the vote. In order to assess the possible relationship between Internet users' interest in information about presidential candidates and television debates in 2020, a study was designed using data from Google Trends. The results indicate that a significant part of the interest registered on Google by the presidential candidates (Joe Biden and Donald Trump) is related to the interest in the debates. Corroborating arguments already promoted by the literature, the debate as electoral communication is central to the shaping of political culture.*

## Keywords

*Debates, Elections 2020, Joe Biden, Donald Trump, Internet.*

## Introdução

Os debates representam um elemento relevante das campanhas eleitorais contemporâneas. Admite-se, contudo, que a influência que esse tipo de comunicação pode exercer em relação ao resultado eleitoral pode ser limitada. Ou seja, há certa percepção existente no senso comum de que os debates são menos relevantes nos últimos anos, mas de toda forma, existe aí um eixo muito significativo de distribuição de conhecimento político que interfere nas percepções coletivas em relação aos dos candidatos, sobretudo no que tange suas habilidades e competências. Não resta dúvida de que os debates representam uma peça chave do teatro político, pois eles afetam diretamente a forma como a mídia vai enquadrar a cobertura da campanha eleitoral (seja nos momentos anteriores e, sobretudo posteriores) o que por sua vez tem capacidade de afetar a atenção pública de maneira mais duradoura (SINGH *et al.*, 2020). Os debates representam um tipo de comunicação política marcante onde o confronto direto entre os candidatos, em um ritmo de “cabo de guerra”, proporciona meios para que os eleitores conheçam a síntese da agenda dos candidatos e também suas diferenças. Por essa razão, os debates se consagram no presente como um espaço legítimo para o confronto eleitoral (MORAES, 2018; MORAES; QUADROS, 2019).

Para Christensen (2020) os debates representam um ponto focal nas eleições presidenciais americanas, ao proporcionarem ao público a oportunidade de fazer um comparativo direto acerca da personalidade dos candidatos, desempenho e também similitudes e diferenciais. De toda forma, como aponta assertivamente Berg (2020), os debates presidenciais dos Estados Unidos são eventos poderosos, pois interferem no nível de polarização do público, ao mesmo tempo em que influenciam o comportamento dos eleitores indecisos o que consequentemente abre caminho para que os debates afetem o resultado eleitoral.

Objetiva-se neste estudo acompanhar a influência que os debates presidenciais em 2020 tiveram em relação ao interesse dos eleitores nos Estados Unidos. Vale lembrar que 2020 foi um ano atípico, marcado tanto pela corrida presidencial com Joe Biden (Democrata) e Donald Trump (Republicano) tendo como pano de fundo a pandemia de Covid-19 e também os protestos relacionados a questões raciais por todo o país. Testa-se aqui a hipótese já verificada em outros momentos pela literatura de que os debates presidenciais tendem a elevar o interesse dos cidadãos pelos candidatos. Para estudar esse ponto dentro do contexto da eleição estadunidense de 2020, empregaram-se dados do *Google Trends* (temporais) para se analisar a relação entre debates eleitorais e interesse pelos candidatos (Biden e Trump).

## O debate presidencial e a internet

De forma assertiva Christensen (2020) alvitra que o debate prevê basicamente três padrões comunicativos: (i) aclamação; (ii) ataque e (iii) defesa. A aclamação é o padrão mais comum utilizado pelo candidato (mandatário) para declarar suas realizações a fim de relacionar sua imagem a efeitos positivos. A estratégia de aclamação é a mais empregada pelos candidatos por se tratar da “menos arriscada”. Já o ataque é empregado a fim de chamar atenção para os pontos fracos de seu oponente buscando esvaziar a credibilidade do mesmo ao ressaltar suas fraquezas, erros e deficiências. A defesa por fim é empregada em resposta aos ataques a fim de se blindar de acusações. Os debates políticos desse modo combinam a

qualidade verbal de um discurso com preparações anteriormente esquematizadas (BERG, 2020), trazendo à tona um gênero misto e persuasivo.

Os debates divergem de outras comunicações eleitorais por facilitarem um tipo mais equitativo e direto de confronto entre candidatos. De maneira geral, os candidatos se preparam de maneira intensiva para esses eventos. Importante denotar que os eleitores tendem a se recordar mais facilmente dos debates que outros tipos de publicidades políticas, não obstante, existe uma relação significativa entre o conhecimento político dos eleitores e a quantidade de debates assistidos (MORAES, 2018; MORAES; QUADROS, 2019). Os debates fornecem meios para a construção simbólica da imagem dos candidatos envolvendo menos objetivos como os traços de personalidade, além de afetarem significativamente a confiança do voto do eleitor. Diferente de outros tipos de comunicação política, nos debates existe um efeito semelhante ao esporte de “torcer” por um lado favorito. No caso dos debates presidenciais, a cobertura midiática posterior se coloca como uma extensão da comunicação com exposições interpretativas fornecendo bases para a repercussão do evento (GEER, 1988; BENOIT; HANSEN; VERSER, 2003).

## O cenário de 2020 nos Estados Unidos

Sem dúvida a conjuntura do cenário eleitoral para 2020 foi desvantajosa para Trump. Se voltarmos no tempo, veremos que o grande “sucesso eleitoral” de Trump em 2016 se deve pelo cenário marcado por dois mandatos seguidos de democratas em meio a uma economia medíocre. Voltando a 2020, o cenário eleitoral teve como pano de fundo a economia norte-americana deslizando para próximo de uma depressão econômica com níveis críticos de desempregos somados a fechamento de atividades econômicas em razão da Covid-19. Foi um ano marcado por mortes em razão do coronavírus e por implacáveis tensões raciais. Tomadas em conjunto, ambos os fatores exerceram pressão negativa em relação à popularidade de Trump (RUTLEDGE, 2020).

Durante o primeiro semestre de 2020 mais de 50% dos eleitores desaprovaram o trabalho feito por Trump conforme as pesquisas de opinião da *NPR / PBS NewsHour / Marist*. É fato que Trump não é responsável direto pela pandemia da Covid-19, contudo, sua falta de capacidade em gestão para dar respostas à pandemia gerou uma “bola de neve” que impactou negativamente os resultados de saúde, afetando por consequência a economia. Nesse clima já ruim os protestos raciais alimentaram ainda mais a hostilidade contra Trump. Nesse escopo de erros cometidos pelo governo Trump, destaca-se os cortes promovidos na rede de financiamento do Centro de Controle e Prevenção em Doenças, assim como o atraso em ajudar trabalhadores a manterem seus empregos (evitando demissões) fornecendo auxílio a pequenas empresas (SHOCKLEY-ZALABAK; MORREALE, 2020).

No Quadro 1 a seguir delinea-se uma síntese das principais pautas que marcaram a corrida eleitoral de 2020.

Quadro 1. Pautas que marcaram a corrida eleitoral de 2020

Historicamente, a economia é uma preocupação fundamental dos americanos. A diferença entre Trump e Biden nesse tema se reflete na abordagem para a recuperação nacional, ancorada em regulamentação e tributação. De um lado, Trump afirmou constantemente em 2020 (sobretudo no segundo semestre) que a régua economia estava seguindo um “formato de V” (uma forte depressão seguida de uma rápida	Quanto ao enfrentamento ao Coronavírus, Trump e Biden apresentaram em 2020 abordagens largamente antagônicas. Trump na construção desses discursos adotou uma clara posição de rechaço em relação às medidas de isolamento e distanciamento social, relatando em sua narrativa, por exemplo, a relação entre isolamento social e problemas relacionados à saúde mental, como a depressão, o suicídio, além, também de outros
--	--

<p>ascensão, o que é questionável, contudo, em alguma medida, nos 3 anos anteriores às eleições Trump obteve razoável desempenho na matéria econômica. Nesse esquadro, Biden se apresenta em perspectiva antagônica, sendo mais “socialista” no que diz respeito a questões como governança, cuidados no campo da saúde e tributação. Quando a questão tributária, em oposição a Trump, Biden propôs elevação dos valores dos impostos dos que ganham mais e também de corporações, para com isso conseguir meios para elevar o salário-mínimo e ampliar o sistema de saúde (além da agenda de sustentabilidade).</p>	<p>problemas, como de ordem econômica (desemprego). Biden por outro lado propôs uma abordagem direta a fim de mitigar a propagação da Covid-19. Esse contexto teve influência no que se refere à descrença dos norte-americanos em relação aos dados oficiais. Em suma, Trump adotou uma postura negacionista, em relação à Covid-19 enquanto que Biden colocou o combate ao vírus como prioridade, apresentando como possibilidade o fechamento do país e o incentivo ao uso de máscara e adoção de medidas sanitárias apoiadas pela OMS.</p>
<p>A política externa é historicamente um divisor de águas nas corridas eleitorais, e nesse esquadro, Biden e Trump propuseram universos distintos. De um lado, Trump, literalmente, provou ser capaz de balançar fortemente as relações internacionais e a ordem global de maneira geral, alterando, por exemplo, a posição do país em relação aos acordos climáticos, posicionamentos com a OTAN, ou mesmo, os encontros realizados com Kim Jong-un (líder supremo da Coreia do Norte). Mais de 46% dos americanos em 2020 aprovaram as ações do governo no campo das relações exteriores. Nesse mesmo cenário, Trump propôs em sua campanha refazer os esforços internacionais comprometidos até então. A prioridade elencada estava em retornar ao Acordo Climático de Paris e liderar uma mudança quanto à emissão e produção de carbono até o ano de 2050. Biden propôs estabelecer negociação nos acordos nucleares com o Irã, além de buscar novas tratativas com a Rússia a fim de impor limitações às armas nucleares. São muitos os pontos de contraste entre Trump e Biden na política externa, mas, em geral, Biden acaba por se destacar em pautar como a igualdade em relação à mulher o combate ao nacionalismo exacerbado.</p>	<p>A China dentro da agenda política externa se destaca como um objeto ou parte tanto em razão de sua importância global, como também, seu peso na opinião pública norte-americana. O primeiro fato a se destacar é que em 2020, 2/3 dos americanos tinham visões desfavoráveis em relação à China. Não obstante, 9/10 dos americanos acreditam que a presença da China no mundo pede uma resposta americana e mais de 80% destes creem que os Estados Unidos foram (e vão continuar a ser) o principal ator militar do planeta (em termos de poder). De um lado, Trump representou durante todo seu mandato uma ameaça econômica para a China, o que por sua vez fragiliza os laços entre China e EUA, tanto do ponto de vista militar, como também no caminho da guerra comercial (mostrando as faces de uma “nova Guerra Fria”). Biden por outro lado propôs um antagonismo pleno em relação às ações de Trump, colocando no <i>hall</i> de prioridade o compromisso de seguida uma cúpula para discutir a democracia global e assim traçar vias para hipertrofiar a cooperação e a manutenção do liberalismo. Biden propõe também anular ou negociar tarifas com a China apesar de se mostrar crítico em relação à questão dos direitos humanos no governo chinês.</p>
<p>Merece destaque em 2020 a questão racial, e mais especificamente o cenário que se formou em consonância aos protestos que se seguiram depois da morte de George Floyd. Como esperado, de maneira “natural”, os democratas tiveram ampla vantagem nesse debate, considerando que, a maior parte do público americano, teve que em algum momento refletir sobre as injustiças e discriminações incrustadas na cultura norte-americana. Biden nesse esquadro esboçou apoio ao movimento Black Lives Matter, mas desviou-se das propostas em relação aos ataques contra polícia e a imposição de penas mais duras em relação a crimes de ódio para se focar no racismo sistêmico e também no fornecimento de ajuda às minorias. Essa adesão em relação às injustiças raciais levou Biden em alguma medida a ter maior vantagem em relação aos eleitores mais jovens e também às minorias.</p>	

Fonte: adaptado a partir de RUTLEDGE (2020) e NORQUIST (2020)

Vale dizer que no ano de 2016 (quando Trump venceu o pleito eleitoral) os debates tiveram ampla repercussão. A pesquisa empírica com dados do *Google Trends* mostra que praticamente 1/4 das buscas que os internautas realizaram no nome de Clinton e Trump se deram em resposta aos debates (MORAES, 2017). Nesse entendimento, almeja-se aferir neste trabalho se o mesmo padrão de 2016 pode ser aferido durante 2020: uma elevação de interesse por parte dos internautas como um tipo de resposta à repercussão fomentada pelos debates eleitorais.

## Metodologia

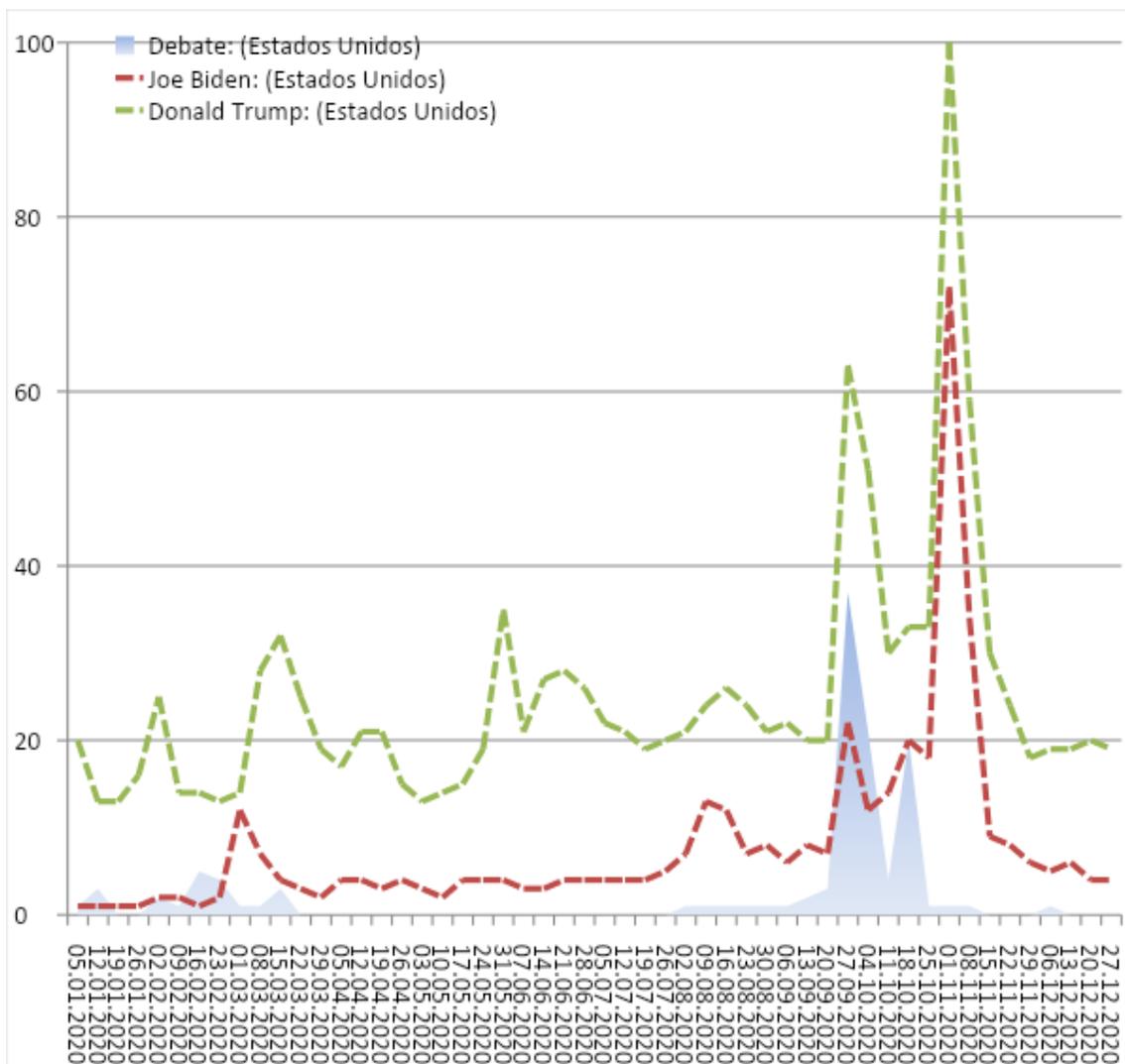
Para responder a questão inicial deste trabalho, buscou-se esmiuçar um caso relevante no que tange ao universo dos debates eleitorais: os debates nas eleições presidenciais estadunidenses de 2020. Para estudar este tópico com dados obtidos a partir do *Google Trends*, realizaram-se dois passos, seguindo metodologia já empregada em estudos anteriores (MORAES, 2017, 2018, 2020; MORAES; QUADROS, 2019). Em um primeiro momento, é feita uma análise da distribuição temporal de interesse nos candidatos e no tema debate, ao mesmo tempo em que se delinea um “quadro” sobre o cenário que envolve não só os debates, mas a eleição presidencial dos Estados Unidos no ano de 2020. Em um segundo momento, se apresenta um quase-experimento natural contemplando, nos Estados Unidos, as buscas efetuadas no Google. Como recorte temporal, considerou-se o período de 05/01/2020 até 27/12/2020 em um total de 52 entradas de dados. Os campos de interesse foram: Donald Trump

Como recorte espacial considerou-se as buscas efetuadas dentro dos Estados Unidos. Importante destacar que, todos os dados do *Google Trends* (MORAES, 2018) são, em perspectiva temporal, classificados dentro de uma escala que vai de 0 (zero) – valor mínimo, baixa frequência de busca – até 100 (cem) – valor máximo, alta frequência de busca. Todas as entradas que foram classificadas como – 1, nesse trabalho, equivale a frequências que tiveram interesse irrelevante, muito abaixo da média comum. Como variáveis dependentes, consideraram-se as buscas efetuadas no Google por Joe Biden e também por Donald Trump. Como variável independente considerou-se apenas o interesse dos internautas estadunidenses por debates. Em todos os casos consideraram-se as frequências do tipo Beta, ou seja, contemplaram-se as variáveis que se portam como um assunto em vez de um único termo, a fim de aumentar a precisão do estudo (MORAES, 2017, 2018, 2020; MORAES; SANTOS, 2015, 2016, 2018, 2019; MORAES; QUADROS, 2019) para o estudo do efeito dos debates eleitorais no interesse dos internautas pelos candidatos.

Os dados foram parametrizados em frequências de 52 entradas e posteriormente delineararam-se dois modelos de previsão ARIMA considerando como variável dependente o interesse por Joe Biden e por Donald Trump e como única variável preditora se ponderou o interesse dos estadunidenses por debates. Em todos os casos estabeleceu-se o intervalo de confiança de 95%, considerando constantes dentro dos modelos. Importante frisar que, a fim de evitar distorções nos resultados, não se buscou identificar os valores discrepantes (nem tampouco modelá-los) e também não se vinculou aqui nenhum tipo de ordem de função de transferência (transformação).

## Resultados e discussão

Gráfico 1. Distribuição de interesse nas buscas do Google pelos temas: Donald Trump, Joe Biden e Debates



Fonte: os autores (2020)

O primeiro debate presidencial de 2020 se deu em 29 de setembro de 2020 em Cleveland (Ohio) na *Case Western Reserve University*, tendo sido mediado por Chris Wallace.<sup>1</sup> É interessante observar (Gráfico 1) nos dados de busca que a maior diferença entre “Donald Trump” e “Joe Biden” é 41, em 27 de Setembro (dois dias antes do primeiro debate). Aparentemente, conforme indicado pela posição das linhas no Gráfico 1, o interesse por Trump e Biden se eleva nas buscas do Google posterior ao primeiro debate. Vale ressaltar também que, ao se observar o Gráfico 1 é possível ver que o interesse por debates tem uma curva de interesse inicial que vai de janeiro até o meio de março (2 dias antes do início das primárias do partido democrata em Ohio), ao que tudo indica, essa curva se dá em razão dos debates relacionados às eleições primárias, considerando que o último se deu em 14 de janeiro (em Iowa) e contou com a participação dos democratas Bernie Sanders, Joe Biden, Elizabeth Warren, Amy Klobuchar, Pete Buttigieg e Tom Steyer.

Trump nesse primeiro debate seguiu uma estratégia de colocar a figura de Biden em

<sup>1</sup> Chris Wallace é o âncora da FOX News Sunday (FNS), programa de assuntos públicos da Fox Broadcasting Company.

descrédito, insinuando que o mesmo sofria de demência em razão da idade e que supostamente tinha consumido drogas para melhorar seu desempenho (cognitivo) durante as primárias. Trump inclusive chegou a afirmar que Biden utilizava um fone de ouvido (oculto) para receber apoio durante o debate. Nesse debate, Trump fez uma série de acusações referentes a possíveis fraudes eleitorais que se daria envolvendo principalmente o voto pelo correio. Importante destacar que poucos dias antes do primeiro debate presidencial os Estados Unidos bateram a marca de 200 mil mortes em razão da Covid-19 representando nesse momento 20% das mortes do mundo por conta desta doença (mesmo com os Estados Unidos detendo apenas 4% da população do planeta). Considerando a definição de Christensen (2020), de que os debates seriam dominados, sobretudo por aclamação, ataque e defesa, é válido dizer que o ataque, em sentido *stricto*, foi o “carro-chefe” da narrativa de Trump, o que pode ter conferido credibilidade entre seus apoiadores, mas pode também ter soado de maneira negativa em larga parcela do eleitorado ao expor um lado rude e hostil.

Já no Twitter nas horas anteriores ao primeiro debate, havia claros indícios de oposição generalizada a ambos os candidatos. Depois de aproximadamente 11 minutos de debate, as expressões favoráveis (apoio) a Biden, passaram a se elevar de maneira mais expressiva no Twitter. Em contraste, as mensagens de oposição a Trump passaram a se elevar depois de 10 minutos de debate. Podemos dizer que esses primeiros minutos prepararam o terreno para um debate histórico claramente desviado do decoro. Esse primeiro debate foi marcado por interrupções frequentes e exaltações. Os ânimos de maneira geral se alteraram no Twitter e também no debate. Por exemplo, quando houve brigas explícitas, houve no Twitter significativa queda de apoio a ambos os candidatos (*hashtags* antagônicas). Trump teve seu apoio no Twitter aumentado durante o debate quando falou sobre os juízes, enquanto que o melhor desempenho de Biden nos *tweets* se deu no momento em ele tocou nas questões raciais chamando atenção para a eminente necessidade de apoiar os negros americanos (SINGH *et al.*, 2020).

Ainda sobre o universo do Twitter no primeiro debate, Lisa Singh e colaboradores (2020) afirmam que Biden ganhou mais apoio na rede durante o debate que Trump, e tais descobertas coincidem com dados da CNN e da CBS, sobre opinião pública, que afirmam que o público de maneira geral encarou Biden como o “vencedor” do debate. Novamente vale destacar que a discussão acerca da atuação da Suprema Corte foi o único ponto que elevou de algum modo o apoio a Trump. Por outro lado, as discussões sobre pandemia da Covid-19, política tributária e questão racial, fizeram elevar na rede o apoio a Biden. O primeiro debate foi repartido em seis grandes temáticas, contemplando-se aqui: (a) raça; (b) violência. (c) integridade do processo eleitoral; (d) economia; (e) Suprema Corte; e (f) a pandemia do novo coronavírus. Trump adotou um tom hostil, impedindo muitas vezes as respostas de seu adversário, o que levou por muitas vezes o mediador Wallace a pedir para que Trump respeitasse as normas do debate.

É interessante destacar que depois do primeiro debate televisivo entre Trump e Biden, as pesquisas mostraram que o apoio de Trump havia crescido entre negros e hispânicos cristãos. Trump em parte usou esse aumento de apoio entre as minorias para buscar rebater as acusações de que ele era racista e que desprezava as minorias (RUTLEDGE, 2020). É válido pontuar que depois do primeiro debate entre Biden e Trump, as palavras “Biden”, “Debate”, “Trump”, “Wallace” e “Eleição” vieram a figurar como tendência na rede Twitter. No universo do Twitter, existem evidências de diferentes narrativas que surgiram depois do primeiro debate, a maior parte das quais envolvia ignorar as ações do presidente Trump que foram controversas, sobretudo em se recusar a denunciar a supremacia branca, ou ainda, por interromper constantemente Joe Biden. Boa parte dessa narrativa também passou a culpar o moderador, Chris Wallace (âncora da *Fox News*) de ser tendencioso, em favor de Joe Biden (AU; BRIGHT; HOWARD, 2020).

Importante sinalizar que em 7 de outubro em Salt Lake City (Utah) na Universidade de

Utah ocorreu um debate entre os candidatos a vice-presidência dos Estados Unidos, ou seja, Mike Pence (Republicano) e Kamala Harris (Democrata), com mediação de Susan Page.<sup>2</sup> Ao observarmos os dados no Gráfico 1 é possível ver um crescimento de interesse pelos debates antecedendo o evento, contudo, essa faixa de interesse é significativamente menor do que o aferido em relação ao primeiro debate presidencial. Esse debate entre os candidatos a vice ocorreu depois que uma série de indivíduos da Casa Branca testou positivo para a Covid-19 (inclusive Trump), levando a um maior cuidado na execução do evento, que contou com distanciamento entre os participantes e também uma proteção de acrílico entre eles. Sem apresentar provas sobre suas declarações, Pence ao longo do debate afirmou que Trump e seu governo sempre foram verdadeiros e enérgicos no combate a Covid-19 e que estiveram inclinados a preocupação de melhorar os cuidados de saúde e proteger os americanos.

Seguindo a linha de Trump, Pence afirmou que o voto pelo correio abria caminho para fraudes eleitorais colossais. Pence chegou a afirmar que caso Trump perdesse as eleições eles não aceitariam o resultado e não iriam colaborar com uma transição de governo. Importante pontuar também que este debate foi acompanhado ao vivo por mais de 57 milhões de americanos, configurando-se como uma audiência histórica para debates entre candidatos a vice. Apesar das animosidades elevadas no debate entre Pence e Harris, nenhum candidato “ultrapassou os limites” (como se viu nos debates entre Trump e Biden). Assim como foi no primeiro debate presidencial, nesse debate entre os candidatos a vice o tema coronavírus foi o fio condutor principal, algo que se reforçava ainda mais pelo fato dos candidatos estarem separados por barreiras protetoras de acrílico. Nesse esquadro o debate seguiu com Harris denunciando os fracassos do combate à Covid-19 promovido por Trump, enquanto Pence defendia a atual gestão, salientando o zelo pela “liberdade das pessoas”. O debate foi também largamente enviesado em torno da vacinação contra a Covid-19 (KLUGER, 2020).

Um segundo debate (entre os presidenciáveis) estava marcado para o dia 15 de outubro, em Miami (Flórida), no Arsht Center, e seria mediado por Steve Scully,<sup>3</sup> todavia, este evento foi cancelado. Interessante salientar que originalmente o debate estava programado para ocorrer na Universidade de Michigan, que por sua vez abriu mão de ser anfitriã do evento alegando riscos em relação à saúde pública por conta da pandemia da Covid-19. Ao se confirmar o cancelamento deste debate cada um dos candidatos atuou em eventos diferentes (e que foram transmitidos ao mesmo tempo). A fala de Biden foi transmitida pela ABC enquanto que a de Trump pela NBC.

Por fim, o último debate (o segundo que ocorreu de fato) se deu no dia 22 de outubro em Nashville (Tennessee) na Universidade de Belmont, sendo moderado por Kristen Welker. Ao observarmos no Gráfico 1, a frequência de buscas, fica evidente um interesse antecedendo esse debate alcançando seu pico em 18 de outubro, aliás, do dia 22 até o dia da eleição o interesse cresce consistentemente tanto em relação a Biden e mais ainda em relação a Trump.

De forma distinta do primeiro debate, neste evento, o microfone do adversário era silenciado enquanto o outro candidato explanava sua fala, a fim de evitar as interrupções verificadas no primeiro encontro. Os principais temas presentes foram: (a) mudanças climáticas; (b) segurança nacional (liderança global); (c) famílias americanas; (d) raça e etnia na América; e (e) a luta contra a pandemia da Covid-19. Enquanto Biden teceu críticas em relação à falta de habilidade de Trump de delinear um plano concreto no combate à Covid-19,

---

<sup>2</sup> Susan Page é chefe do Washington Bureau do USA TODAY. Ela cobriu 10 campanhas presidenciais e seis administrações da Casa Branca, e entrevistou os últimos nove presidentes (três deles depois que eles deixaram o cargo). Fonte: USA Today <https://www.usatoday.com/staff/2646358001/susan-page/>

<sup>3</sup> Steve Scully é editor político da C-SPAN, uma rede de televisão de serviço público nos EUA que transmite muitos dos procedimentos das empresas do governo federal e outras programações de assuntos públicos. Scully também é produtor executivo sênior e editora política da C-SPAN. Ele é co-apresentador do programa "The Weekly" e do programa matinal, "Washington Journal".  
Fonte: BiographyScoop <https://biographyscoop.com/steve-scully/>

Trump afirmou que a vacina seria lançada em poucas semanas. Alguns pontos do debate trouxeram maior efervescência, como a acusação de Biden em relação à Trump sobre sonegação de impostos, e a declaração de Trump de que gostaria de acabar com o *Obamacare* para construir em seu lugar um sistema de saúde mais funcional e eficiente.<sup>4</sup>

No último debate Trump apontou os “trunfos” de seu projeto de reforma criminal, que seria concomitante a redução do desemprego entre negros e hispânicos e com o aumento do financiamento em faculdades para negros. Nesse debate, Trump foi enfático em afirmar que o racismo sistêmico simplesmente não existe na América (RUTLEDGE, 2020). Por meio da comparação entre o primeiro e o último debate é possível aferir mudanças marcantes na postura de ambos os candidatos, o que se refletiu também no universo do Twitter. Diferente do primeiro debate, onde a postura de Biden gerou apoio na rede como resposta às discussões sobre a Covid-19, no último debate os usuários do Twitter pareceram divididos nesse ponto de discussão. No Twitter, a primeira evidência sugere que o primeiro debate mudou as atitudes em relação à Biden, enquanto o último debate veio a solidificar essas atitudes. Dito de outra forma, enquanto o primeiro debate fez surgir uma nova rede de apoio manifesta no Twitter, o seu último debate viu a manifestação desse apoio, mas não necessariamente a elevação do mesmo (SINGH *et al.*, 2020).

Vale frisar que, tanto no primeiro como no último debate presidencial, além de estratégias de ataque e defesa, ambos os candidatos empregaram largamente a estratégia de aclamação. Nessa direção, de um lado, Trump defende seu legado econômico afirmando que o país teve a mais expressiva retomada econômica da histórica. De outro, Biden refuta tal premissa, afirmando que a economia do governo Trump funciona apenas para bilionários e milionários em revelia das demais camadas sociais. Em ambos os debates Trump manteve sua posição alicerçada em matrizes conservadoras formando uma narrativa onde seu governo é desenhado como um dos melhores da história dos Estados Unidos, de outro lado, Biden (que foi vice-presidente na administração Barack Obama) reafirmou em sua narrativa as raízes democratas plasmando-se como o único candidato capaz de "reacender" o antigo legado democrata (MIKI *et al.*, 2020).

É válido sublinhar que, ao se observar o Gráfico 1, verifica-se que o primeiro debate gerou maior repercussão que o último. Uma possível razão para isso pode se dar devido ao formato do evento, afinal, no primeiro debate os candidatos não tinham seus microfones bloqueados, conseqüentemente, encenaram discussões muito enérgicas, o que não se repetiu no último debate (no qual foi incluída a norma de se bloquear os microfones a fim de evitar interrupções). Na tabela a seguir delinear-se uma estatística descritiva contemplando o interesse por Joe Biden, Donald Trump e pelos debates.

Tabela 1. Estatísticas descritivas referentes às variáveis debates, Joe Biden e Donald Trump

	Debate	Joe Biden	Donald Trump
N	Válido	52	52
	Ausente	0	0
Média	1,75	7,77	24,92
Moda	-1	4	19 <sup>a</sup>
Modelo padrão	6,544	10,961	14,795
Amplitude	38	71	87
Mínimo	-1	1	13
Máximo	37	72	100
Soma	91	404	1296

a. Há várias modas. O menor valor é mostrado

Fonte: os autores (2020)

<sup>4</sup> *Obamacare* é o nome pelo qual ficou conhecido o Affordable Care Act (ACA), algo como "lei de atendimento médico financeiramente acessível". A medida foi adotada durante o governo do então presidente Barack Obama, em março de 2010 (VENAGLIA, 2020).

É intrigante observar primeiramente que, na soma, o interesse por Trump foi três vezes maior do que o interesse registrado por Joe Biden. A razão mais lógica para essa discrepância reside talvez no fato de Trump além de ser candidato à presidência, também ser presidente, logo, as buscas relacionam-se não apenas a sua aparição relacionada à campanha, debate, mas também, há outras ações políticas, como por exemplo, as que envolveram o combate a Covid-19 ou mesmo as ações em política externa, com grande potencial de gerar polêmica e atenção pública.

Essa superioridade de Trump nas buscas do Google fica evidente não apenas na soma, mas também na comparação dos valores máximos, considerando que a maior frequência de interesse em relação à Biden foi de 72 (em novembro, véspera da eleição) e a de Trump foi 100. O mês se repete em relação à moda, que para Biden sinaliza o valor de 4, enquanto que para Trump, que o valor é 19.

Outro ponto relevante é a frequência de interesse por debates que, evidentemente, foi abaixo do interesse manifestado pelos candidatos. Uma explicação para isso reside na distribuição que se relaciona diretamente aos eventos. Dito de outra forma, ao se observar o Gráfico 1 é possível aferir três ondas de interesse: (a) a primeira (no começo de 2020), se relaciona aos debates das eleições primárias do Partido Democrata; (b) a segunda onda equivale ao período do primeiro debate presidencial e do primeiro (e único) debate entre os candidatos a vice; e (c) a terceira onda engloba o interesse relacionado ao último debate presidencial.

A seguir expõem-se dois modelos de previsão ARIMA compreendendo como variável dependente o interesse por Joe Biden e por Donald Trump enquanto que, em ambos os casos, o único preditor destacado fora o interesse pelos debates.

Tabela 2. Estatísticas do Modelo tendo como preditor o interesse por Debates

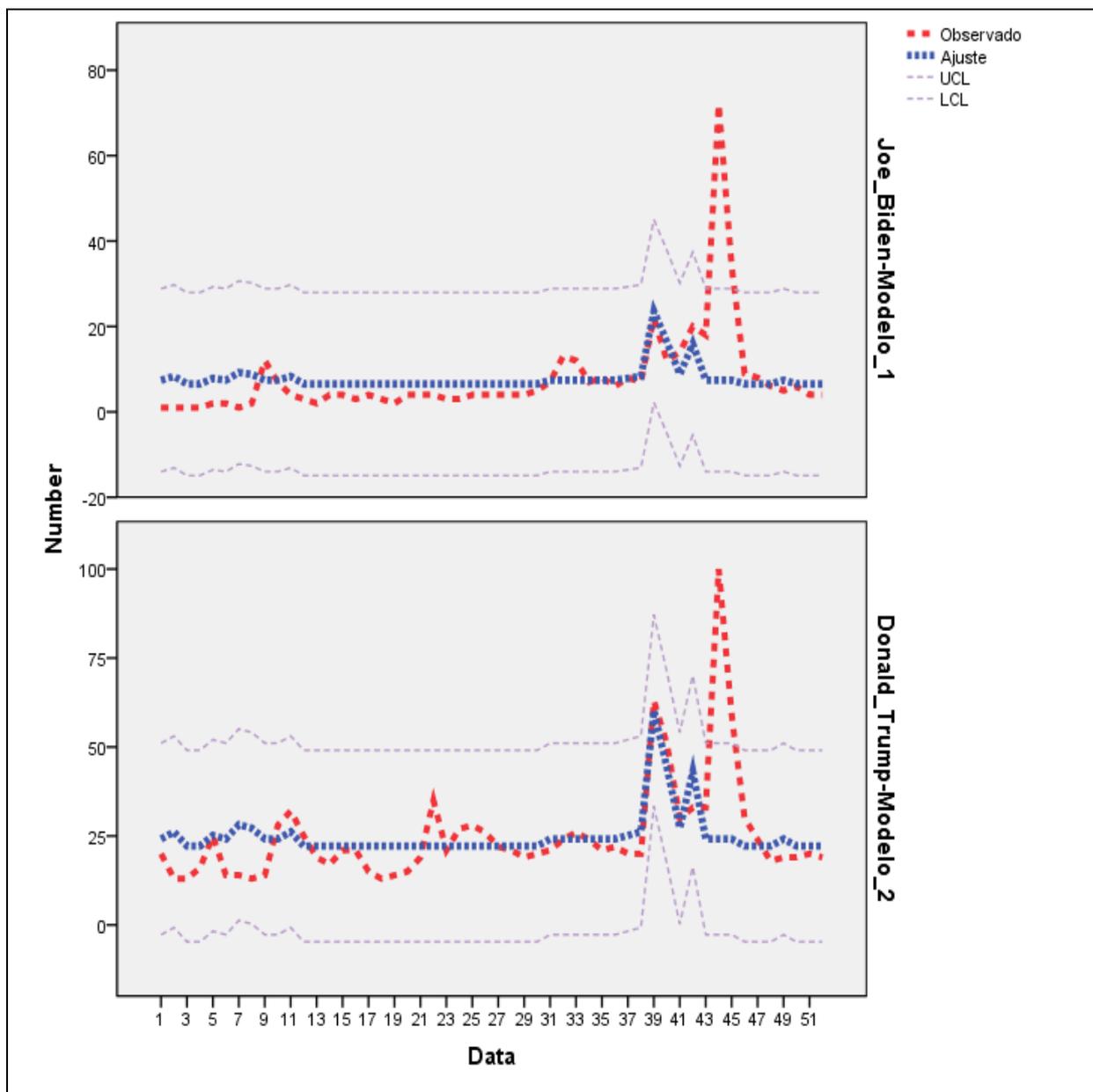
Modelo	Número de Preditores	Estatísticas de ajuste do modelo		Ljung-Box Q (18)		
		R quadrado estacionário	Estatísticas	DF	Sig.	
Joe Biden-Modelo 1	1	,072	20,827	18	,288	
Donald Trump-Modelo 2	1	,197	16,753	18	,540	

Fonte: os autores (2020).

Ao se observar os resultados (Tabela 2 e Gráfico 2) fica evidente primeiramente que enquanto variável independente, o interesse por debate influenciou de maneira significativa, tanto o interesse pelo candidato Biden, como também por Trump, o que corrobora a hipótese de que os debates funcionam como um tipo de mola propulsora, atiçando a curiosidade do internauta estadunidense por informações acerca dos candidatos.

Ressalta-se que os debates fizeram elevar mais a curiosidade dos eleitores em relação à Trump, afinal, 19,7% das buscas pelo candidato se plasam como consequência do interesse por debates, enquanto que no caso de Biden apenas 7,2% do interesse pelo candidato se deve em razão dos debates. Isso não quer dizer que os debates “beneficiaram” Trump, ou mesmo mudaram a opinião dos eleitores, ao invés disso, o resultado apenas indica que, em ambos os casos, o debate foi consistente em impulsionar buscas pelo candidato e que o interesse por Trump, gerado pelo debate, foi mais efetivo que o de Biden (mas ambos foram significativos).

Gráfico 2 Previsão e Ajuste (Biden e Trump)



Fonte: os autores (2020).

Esse resultado reafirma o papel protagonista dos debates presidenciais no que diz tange a demonstrar as características e propostas dos candidatos e também em reforçar o interesse dos internautas pelos mesmos em momentos posteriores ao debate (como uma resposta ao mesmo) (MORAES, 2017, 2018). Não obstante, as diferenças entre os valores de ajuste denotam que ambos os candidatos tiveram seus nomes mais presentes nas buscas do Google, todavia, Trump usufruiu mais deste efeito.

## Considerações finais

Apesar de ainda ser incerto o peso que os debates presidenciais exercem nos resultados eleitorais é indubitável que esse tipo de comunicação coloca-se como um momento chave da campanha (CHRISTENSEN, 2020; BERG, 2020), capaz de gerar uma atenção pública mais duradoura (SINGH *et al.*, 2020). Os resultados referentes à eleição de 2020

corroboram essa ideia, afinal, o debate por si só foi capaz de elevar o interesse dos internautas em obter informações acerca de Biden e Trump, não apenas durante o debate, mas também depois do mesmo.

Em parte, isso se dá em razão do efeito que o debate exerce no enquadramento midiático. Afinal de contas, depois de cada debate, os meios de comunicação de massa dedicam boa parte de sua cobertura jornalística a sua repercussão, expondo aqui não só imagens, mas também suas interpretações sobre o evento (GEER, 1988; BENOIT; HANSEN; VERSER, 2003). Nesse caso, as buscas que se dão posteriormente no Google em relação aos candidatos podem ser influenciadas tanto diretamente pelos debates, como indiretamente pela cobertura dos mesmos (MORAES, 2017). Considerando que os debates funcionam como um “trampolim” da atenção pública (levando os internautas a se informarem mais sobre os candidatos na internet e possivelmente por outros meios) considera-se que esse padrão de comunicação é positivo no que diz respeito à cultura política. Isso corrobora a ideia de que há relação positiva entre a quantidade de debates assistidos e o nível de sofisticação política (MORAES, 2018), compreendendo que tais fatores se retroalimentam. Ou seja, o indivíduo adquire informação diretamente, através do debate, e indiretamente, por via de interesse de busca de informação posterior.

Os resultados, mesmo que inconclusivos, apontam que o debate pode ser considerado, no contexto da eleição de 2020, como um acontecimento que elevou a busca ativa de informações por parte dos eleitores pelos candidatos. Em especial a esta disputa, o efeito parece ter sido mais significativo para Trump do que para Biden. De qualquer forma, o extrato mais interessante válido à guisa de conclusões reside no fato de que a ascensão da internet nas últimas duas décadas não comprometeu a audiência e o papel dos debates televisivos. Como bem apontam William Benoit, Glenn Hansen e Rebecca Verser (2003) os debates televisivos tornaram-se um dos componentes mais esperados das eleições presidenciais americanas, em um padrão comunicativo que pode alterar tanto a agenda de interesses como também as percepções e o nível de conhecimento político. Os resultados da análise proposta vão a favor dessas conclusões, sugerindo que, contemporaneamente, tem havido uma simbiose entre debates televisivos e a repercussão de interesse na internet (uma adaptação aos “novos tempos”).

## Referências

AU, Hubert; BRIGHT, Jonathan; HOWARD, Philip N.. **Social Media Junk News about the First US Presidential Debate**. Oxford: E Oxford Internet Institute, 2020. E Computational Propaganda Project (COMPROP). Disponível em: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2020/10/ComProp-Misinformation-Weekly-Briefing-05-10-2020.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2021.

BENOIT, William L.; HANSEN, Glenn J.; VERSER, Rebecca M. A meta-analysis of the effects of viewing US presidential debates. **Communication Monographs**, 2003, 70.4: 335-350.

BERG, Klaske van Den. **Coherence markers in political debates: do speakers differ in connective use when arguing against or in favour of a topic?**. 2020. 27 f. TCC (Graduação) - Bachelor In International Business Communication, Faculty Of Arts, Radboud University, Nijmegen, 2020. Disponível em: <https://theses.uhn.nl/bitstream/handle/123456789/9264/Berg%20K. van den 1.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 dez. 2020.

CHRISTENSEN, McKade. **Welcome the Women: a functional analysis of the 2020**

democratic presidential primary debates. 2020. 42 f. Tese (Doutorado) - Curso de Master Of Arts In Professional Communication, Southern Utah University, Cedar City, 2020. Disponível em: <https://www.suu.edu/hss/comm/masters/capstone/thesis/mapc-capstone-thesis-paper-final-version.pdf> . Acesso em: 12 dez. 2020.

FRIED, Amy; HARRIS, Douglas B. In Suspense: Donald Trump's Efforts to Undermine Public Trust in Democracy. *Society*, 2020, 57.5: 527-533.

GEER, John G. The effects of presidential debates on the electorate's preferences for candidates. **American Politics Quarterly**, 1988, 16.4: 486-501.

GODINEZ, Citlalli. The First 2020 Presidential Debate. **The Spectrum**, Fairfield, 6 out. 2020. Sacred Heart University, p. 1-1. Disponível em: [https://digitalcommons.sacredheart.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1502&context=univpub\\_obelisk](https://digitalcommons.sacredheart.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1502&context=univpub_obelisk) . Acesso em: 22 dez. 2020.

KLUGER, Jeffrey. The Pandemic Dominated the Vice Presidential Debate. 2020.

MIKI, Gabrielle, et al. Debate Trump-Biden: uma análise dos argumentos apresentados e a incidência de fake news. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, 2020, 12.2.

MORAES, Thiago Perez Bernardes de. Os debates presidenciais no Brasil e as buscas no Google (2006–2010). **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 49, ed. 2, p. 501-536, 2018. Disponível em: [http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/36597/1/2018\\_art\\_tpbmoraes.pdf](http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/36597/1/2018_art_tpbmoraes.pdf) . Acesso em: 8 dez. 2020.

MORAES, Thiago Perez Bernardes de; SANTOS, Romer Mottinha. Charlie Hebdo: Polêmica, religião e o interesse dos usuários de Internet franceses. **Comunicação Pública**, 2016, 11.20.

MORAES, Thiago Perez Bernardes. Confronto de gigantes: os debates presidenciais e as buscas dos internautas estadunidenses em 2016. **Revista Cesumar–Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, 2017, 22.1: 39-60.

MORAES, Thiago Perez Bernardes. Eleição presidencial da Rússia em 2018: debates presidenciais e a audiência no Youtube. **Cadernos de Comunicação**, 2020, 24.2.

MORAES, Thiago Perez Bernardes. Pena de morte nas páginas do The New York Times. Um estudo sobre a relação entre punição capital, eleições e opinião pública. **Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales**, 2015, 11.2: 223-240.

MORAES, Thiago Perez Bernardes; QUADROS, Doacir Gonçalves. O YouTube e os debates eleitorais entre Dilma Rousseff e Aécio Neves na eleição de 2014 para presidente do Brasil. **Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas**, 2019, 49.130: 125-145.

MORAES, Thiago Perez Bernardes; SANTOS, Romer Mottinha. Os protestos de 2013 e 2015 e o impacto na eleição de 2018. **Revista Cesumar–Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, 2019, 24.2: 327-350.

MORAES, Thiago Perez Bernardes; SANTOS, Romer Mottinha. Qualidade da democracia e interesse popular por sindicatos e greves-um estudo comparado de 114 países (2004-2014). **Revista Sociais e Humanas**, 2015, 28.2: 25-40.

MORAES, Thiago Perez Bernardes; SANTOS, Romer Mottinha. Tendências de Buscas no Google por Temas de Políticas Públicas e Eleições no Brasil (2004-2013). **Revista Sul-Americana de Ciência Política**, 2018, 4.1: 123-142.

NORQUIST, Grover. Trump vs. Biden on Taxes. **Horizons: Journal of International Relations and Sustainable Development**, 2020, 17: 160-173.

RUTLEDGE, Benjamin. **Will Trump Triumph or Biden Beat Trump?** Prague: Institute For Politics And Society, 2020. POLICY PAPER. Disponível em: <https://www.politikaspolecnost.cz/wp-content/uploads/2020/11/Will-Trump-Triumph-or-Biden-Beat-Trump-IPPS.pdf> . Acesso em: 01 jan. 2021.

SHOCKLEY-ZALABAK, Pamela S.; MORREALE, Sherwyn P. Voters' Perceptions of Trust in Donald Trump in 2016 and 2019: Implications for Presidential Leadership in the Crises of 2020. **American Behavioral Scientist**, 2020.

SINGH, Lisa *et al.* **Real-time analysis shows that the first debate shifted attitudes among Twitter users towards Biden and the second solidified them.** London: Lse Us Centre, 2020. USApp – American Politics and Policy. Disponível em: [http://eprints.lse.ac.uk/107775/1/usappblog\\_2020\\_11\\_01\\_real\\_time\\_analysis\\_shows\\_that\\_the\\_first\\_debate.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/107775/1/usappblog_2020_11_01_real_time_analysis_shows_that_the_first_debate.pdf) . Acesso em: 01 jan. 2021.

VENAGLIA, Guilherme. O que é o Obamacare e por que a regra opõe Biden e Trump. **CNN Brasil**, São Paulo: 29 de setembro de 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/2020/09/29/o-que-e-o-obamacare-e-por-que-a-regra-opoe-biden-e-trump> . Acesso em 07 jan. 2021.

VIOLA, Lora Anne. The 2020 US Presidential Election and the Transatlantic Relationship Under Stress. **Zeitschrift für Außen-und Sicherheitspolitik**, 2020, 13.3: 237-246.