



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA POLÍTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA
MESTRADO EM CIÊNCIA POLÍTICA**

MARCUS VINICIUS TAQUES ARRUDA

**COMO VOTA O ELEITOR CUIABANO?
EVIDÊNCIAS DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS**

**Cuiabá-MT
2013**

MARCUS VINICIUS TAQUES ARRUDA

**COMO VOTA O ELEITOR CUIABANO?
EVIDÊNCIAS DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Enivaldo Carvalho da Rocha.

**Cuiabá-MT
2013**

Catálogo na fonte
Bibliotecária Divonete Tenório Ferraz Gominho, CRB4-985

A778c Arruda, Marcus Vinicius Taques.
Como vota o eleitor cuiabano? : evidências das eleições municipais /
Marcus Vinicius Taques Arruda. – Recife: O autor, 2013.
92 f. il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Enivaldo Carvalho da Rocha.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco.
CFCH. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, 2013.
Inclui bibliografia.

1. Ciência Política. 2. Eleições – Comportamento. 3. Eleitores. 4. Voto
– Cuiabá(MT). I. Rocha, Enivaldo Carvalho da. (Orientador). II. Título.

320 CDD (22. ed.) UFPE (BCFCH2013-95)

TERMO DE APROVAÇÃO

MARCUS VINICIUS TAQUES ARRUDA

COMO VOTA O ELEITOR CUIABANO? EVIDÊNCIAS DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Aprovada em: 12 de abril de 2013.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Enivaldo Carvalho da Rocha (orientador) - UFPE

Prof. Dr. Dalson Britto Figueiredo Filho - UFPE

Prof. Dr. José Alexandre Silva Junior - UFG

DEDICATÓRIA

À minha família, que sempre esteve ao meu lado nos momentos em que mais precisei.

AGRADECIMENTOS

A Deus que sempre iluminou o meu caminho.

Ao meu orientador e amigo, prof. Dr. Enivaldo Carvalho da Rocha, que me guiou nesta empreitada.

Ao IFMT, que me proporcionou a oportunidade de fazer parte do programa MINTER UFPE/IFMT.

RESUMO

O estudo do comportamento eleitoral é um importantíssimo campo de análise, cuja relevância ultrapassa o espaço acadêmico, transformando-se em um fator fundamental para o entendimento e até mesmo a manutenção da democracia. Expressão máxima e momento simbólico por excelência da democracia representativa, o processo eleitoral é o derradeiro momento de constituição e, especialmente, de legitimação desse sistema. O objetivo deste trabalho é analisar e explicar os fatores que são foram relevantes na decisão de voto dos eleitores cuiabanos na eleição para prefeito em 2012. O que estes indivíduos levaram em consideração na hora de votar, que variáveis determinaram o seu voto, enfim, desvendar que fatores motivaram estes eleitores.

Palavras-Chave: Comportamento Eleitoral, Processo Eleitoral, Voto.

ABSTRACT

The study of voting behavior is an important field of analysis, whose relevance goes beyond the academic space, becoming a key factor for the understanding and even the maintenance of democracy. Maximum expression and symbolic moment par excellence of representative democracy, the electoral process is the ultimate moment of creation, and especially to legitimize this system. The objective of this study is to analyze and explain the factors that are relevant in the decision of the voters voting in cuiabanos mayoral election in 2012. What these individuals take into consideration when voting, which variables determine their vote finally uncover what factors motivate these voters.

Keywords: Electoral Behavior, Electoral Process, Voting.

LISTA DE GRÁFICOS E TABELAS

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução das Intenções de voto para os candidatos a prefeito de Cuiabá – MT: 2º Turno (2012).....	58
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –Prefeitos de Cuiabá após o período de redemocratização	46
Tabela 2 – Vereadores Eleitos e Partidos Políticos Cuiabá - MT.....	47
Tabela 3 - Evolução das Intenções de voto para os candidatos a prefeito de Cuiabá – MT: 1º Turno (2012).....	62
Tabela 4 - Resultado da eleição para Prefeito de Cuiabá: 1º turno (2012).....	64
Tabela 5 - Resultado da eleição para prefeito de Cuiabá-MT: 2º turno (2012).	68
Tabela 6- Divisão de tempo do HGPE	69
Tabela 7 – Gastos de Campanha	71
Tabela 8 – Sexo dos entrevistados.....	71
Tabela 9 – Faixa etária dos entrevistados	72
Tabela 10 – Nível de escolaridade dos entrevistados	72
Tabela 11- Renda individual dos entrevistados	73
Tabela 12 – Avaliação da gestão de Dilma Rouseff.....	73
Tabela 13 – Avaliação da gestão de Silval Barbosa	73
Tabela 14 – Avaliação da gestão de Chico Galindo	74
Tabela 15 – Preferência Partidária	75
Tabela 16 - Principal motivo que o levaria a votar no seu candidato.	76
Tabela 17 - Modelo: intenção de voto em Mauro Mendes no 2º turno (2012)	79
Tabela 18 - Modelo: intenção de voto em Lúdio Cabral no 2º turno (2012).....	81

LISTA DE PARTIDOS

PMDB -	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PFL -	Partido da Frente Liberal
PDT -	Partido Democrático Trabalhista
PSDB -	Partido da Social Democracia Brasileira
PT -	Partido dos Trabalhadores
PR -	Partido da República
PSB -	Partido Socialista Brasileiro
PTB -	Partido Trabalhista Brasileiro
PPS -	Partido Popular Socialista
PMN -	Partido da Mobilização Nacional
PR -	Partido da República
PRTB -	Partido Renovador Trabalhista Brasileiro
PPB -	Partido Pacifista Brasileiro
PV -	Partido Pacifista Brasileiro
PRP -	Partido Republicano Progressista
PL –	Partido Liberal
PT do B -	Partido Trabalhista do Brasil
PSC -	Partido Social Cristão
PSOL -	Partido Socialismo e Liberdade
PSL -	Partido Social Liberal
PTN -	Partido Trabalhista Nacional
PHS -	Partido Humanista da Solidariedade
PTC -	Partido Trabalhista Cristão
DEM -	Democratas
PC do B -	Partido Comunista do Brasil

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I	15
AS PRINCIPAIS TEORIAS DO COMPORTAMENTO ELEITORAL	15
CAPÍTULO II	29
OS TIPOS DE ELEITORES BRASILEIROS.....	29
CAPÍTULO III	46
ANTECEDENTES DA POLÍTICA CUIABANA	46
CAPÍTULO IV	55
A ELEIÇÃO DE 2012.....	55
CONCLUSÃO.....	84
BIBLIOGRAFIA	88

INTRODUÇÃO

O estudo do comportamento eleitoral é por si só um importantíssimo campo de análise, cuja relevância ultrapassa o espaço acadêmico, transformando-se em um fator fundamental para o entendimento e até mesmo a manutenção da democracia. Expressão máxima e momento simbólico por excelência da democracia representativa, o processo eleitoral é o derradeiro momento de constituição e, especialmente, de legitimação desse sistema.

No entanto, a maior parte dos pesquisadores que tem se dedicado ao estudo do comportamento eleitoral, tem dado prioridade a estudos sobre eleições nacionais, ficando em segundo plano trabalhos dedicados à análise do fenômeno eleitoral a nível local, conforme observamos em Telles (2009):

Na literatura atual, as eleições presidenciais se constituem como o principal foco para a análise do comportamento do eleitor (Lourenço, 2006; Venturi, 2006; Carreirão, 2002; Almeida, 2001; Singer, 2000; Silveira, 1998; Castro, 1994). Entretanto, escassas pesquisas se debruçam sobre a lógica do eleitor nas municipais. Pode-se assumir que o local e o nacional não sejam esferas independentes. Porém, o comportamento político seria mais inteligível caso fossem aprofundados os sentidos dessas conexões. Essas articulações não nos parecem sejam simples e banais; a presunção da existência de semelhantes padrões de comportamento, segundo a qual a lógica para as presidenciais corresponderia ao mesmo arquétipo da decisão nas municipais ou nas legislativas, exige maior tratamento e testes empíricos (TELLES, 2009).

Os determinantes do voto é assunto que desperta bastante interesse, tanto de cientistas políticos quanto políticos, assessores, marketeiros, jornalistas e eleitores que de uma forma geral se interessam pelo “jogo” político.

Muitos são os estudos que tratam do tema no país, analisando teorias do comportamento eleitoral ou ainda especificamente as eleições para presidente, governador, senador, deputado e prefeitos, conforme podemos observar em Carreirão (2002), Castro (1994), Figueiredo (1991), Lavareda (2011), Rocha (2008), Singer (2002), entre outros. No entanto, notamos uma lacuna de pesquisas acadêmicas acerca da ação política do eleitor da capital mato-grossense.

No intuito de contribuir com os estudos que versam sobre os determinantes do voto, nos propomos a investigar o caso da cidade de Cuiabá. Segundo a estimativa realizada para 2012 pelo IBGE, a população de Cuiabá é de 561.3291 habitantes, enquanto a população da região metropolitana possui quase 1 milhão de habitantes. Cuiabá possui a maior população de Mato Grosso e figura no 35º lugar entre todos os municípios do Brasil. Em julho de 2012, contava com 397.626 eleitores, representando 18,31% do total de eleitores do estado.

Cuiabá se mostra campo fértil para a expansão dos estudos em questão, tendo em vista seu crescimento econômico e populacional, além do interesse de seus eleitores, estudiosos da área ou não, pelo tema. A discussão dos determinantes do voto tem avançado bastante em âmbito nacional e internacional, porém ainda sem estudos de casos específicos na região de Mato Grosso. Neste sentido, a investigação dos determinantes do comportamento eleitoral dos cuiabanos, mais especificamente com relação as eleições para prefeito, mostra-se relevante por ainda não termos pesquisas formuladas sobre os aspectos que pretendemos abordar neste trabalho.

O objetivo deste trabalho é analisar os fatores que são relevantes na decisão do voto dos eleitores cuiabanos nas eleições municipais, mais especificamente para prefeito. O que estes indivíduos levam em consideração na hora de votar, quais variáveis são determinantes, enfim, desvendar que fatores motivam estes eleitores.

Os dados analisados em nossa pesquisa foram coletados por meio de instrumentos quantitativo e qualitativo, sendo eles *survey* acadêmico; algumas pesquisas do IBOPE; grupos focais; e análise documental.

Em nosso *survey* acadêmico contamos com a utilização de software especializado em estatística, planilhas e gráficos. A amostragem foi realizada a partir de uma fórmula para universo finito, com margem de erro de 4,0 pontos percentuais para mais ou para menos. Os resultados das tabelas foram arredondados pelo programa para totalizarem 100%. Nossos pesquisadores ouviram 600 eleitores de 73 bairros de Cuiabá nos dias 26 e 27 de outubro de 2012.

1 Ver <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>.

Com base nos dados colhidos, observamos as possíveis associações entre as intenções de voto dos eleitores cuiabanos e um conjunto significativo de variáveis de natureza socioeconômica (sexo, idade, escolaridade e renda), política (avaliação de desempenho dos governantes em âmbito federal, estadual e municipal e identificação ideológica) e emotiva (confiança e medo), e ainda dos atributos dos candidatos que disputaram as eleições municipais em Cuiabá no ano de 2012.

Como método qualitativo, utilizamos grupos focais que foram realizados entre os dias 14 e 26 de outubro, totalizando 13 grupos, sendo que cada grupo focal contou com um total de 10 participantes, sendo homens e mulheres, com idades entre 18 e 45 anos, das classes C e D.

Por fim, nossa análise documental teve como recorte reportagens sobre a eleição para prefeito de Cuiabá em 2012 em alguns dos principais veículos de comunicação do estado de Mato Grosso (Midianews; Rdnews; Gazeta Digital), bem como dados oficiais do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso e do Tribunal Superior Eleitoral.

CAPÍTULO I

AS PRINCIPAIS TEORIAS DO COMPORTAMENTO ELEITORAL

A explicação da decisão do voto é objeto de três grandes vertentes teóricas: a sociológica, a psicossociológica e a teoria da escolha racional. Cada uma das teorias orienta que o comportamento eleitoral do indivíduo é determinado por diferentes processos, bem como delimitam distintas motivações e origens da ação política.

A teoria sociológica utiliza o princípio macro da análise e parte do contexto social do grupo. Para a sociologia as decisões individuais são compreendidas através dos contextos dos grupos sociais. Destaca a importância das variáveis sociais, culturais, econômicas e da estrutura de classe na formação das clivagens sociais. De acordo com a corrente sociológica, os grupos sociais se expressam por meio dos partidos políticos com os quais se identificam e a participação política se processa a partir das interações sociais dentro de um contexto.

Para a psicologia, diferentemente da sociologia, a unidade de análise do comportamento eleitoral é o indivíduo e a sua motivação psicológica, e não o grupo social em que está inserido. O comportamento eleitoral baseia-se na estrutura de personalidade dos indivíduos e no seu sistema de crenças, independente do contexto social em que vivem.

Segundo a abordagem psicológica, a identificação partidária e a participação política estão vinculadas diretamente as percepções e motivações dos indivíduos em relação a política e aos partidos. Em contrapartida, para explicar o interesse e a participação política a perspectiva psicossociológica (que integra princípios sociológicos e psicológicos) aponta para o modelo da centralidade, considerando a posição do indivíduo na estrutura da sociedade (RADMANN, 2001).

Para a teoria da escolha racional, o comportamento político não se condiciona por identidades sociais bem como características individuais são irrelevantes. Tendo como princípio que os indivíduos são racionais e objetivam sempre maximizar seus ganhos, a teoria da escolha racional entende que a participação política condiciona-se a partir de uma decisão racional do indivíduo.

Esta teoria esta baseada na suposição de que os indivíduos agem intencionalmente de forma a ampliar os ganhos que podem obter. O processo de decisão do voto, de acordo com este modelo, implica em adquirir informações, avaliá-las, dispor as opções eleitorais possíveis segundo uma ordem de preferência e escolher a que oferece maior benefício. Dessa forma, o voto assume um caráter instrumental, no sentido de que eleitores optam pelo partido e/ou candidato que possui maior chance de oferecer benefícios, sejam de ordem social ou econômica. Por outro lado, partidos e candidatos atuam de forma a arregimentar o maior número de votos com o intuito de ganhar a eleição.

1.1. A Teoria Sociológica²

Segundo Castro (1992), o estudo do comportamento eleitoral teve início na sociologia, responsável por grande parte da produção nesta área. A perspectiva original é macro: a ideia (ideia) é de que os fatores histórico-estruturais e culturais globais conformam as características sociais, econômicas e políticas de uma sociedade, gerando determinadas clivagens sociais que se expressam através de partidos específicos, com os quais setores do eleitorado se identificam. A participação política dos indivíduos pode ser explicada pelo ambiente socioeconômico e cultural em que vivem e pela inserção em determinados grupos sociais ou categorias demográficas.

Na sociologia eleitoral (Lazarsfeld, Paul; Berelson, Bernard; Guadet, Hazel, 1948), também conhecida como sociologia política, os fatores explicativos do voto dizem respeito ao contexto social e interpessoal, nos quais os indivíduos estão inseridos, mais do que apenas às campanhas eleitorais e aos conteúdos da mídia que, nos estudos iniciais, eram visto como únicos causadores da opinião pública. Em uma interconexão com a análise histórico-estrutural, a sociologia eleitoral busca conhecer a incidência dos processos socioeconômicos e culturais na conduta política dos indivíduos. O

2 Os principais autores desta perspectiva são citados por Castro (1994). Esta cita as seguintes obras: "S. M. Lipset e S. Rokkan. "Cleavage Structures. Party Systems and Voter Alignments: An Introduction". In: S. M. Lipset e S. Rokkan. eds Party System and Voter Alignments. Nova Iorque, MacMillan, 1967;,, também os outros estudos presentes neste mesmo volume; S. M. Lipset. O Homem Político. Rio de Janeiro: Zahar, 1967; A. Berelson. P. Lazarsfeld e W. Mac Phee Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. Chicago. The University of Chicago Press, 1966; V. O. Key. The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting, 1936-1966. Cambridge, Belknap Press, 1966; P. Lazarsfeld. B. Berelson e H. Gaudet The People's Choice. 6ª edição. Nova Iorque e Londres, Columbia University Press, 1965" Castro,1994:29).

principal pressuposto é o de que eleitores com condições socioeconômicas semelhantes tendem a um comportamento político também similar, uma vez que as condutas políticas derivam de posições estruturais ou dos chamados 'coletivos sociais'. (TELLES, 2009).

A teoria sociológica dos determinantes do voto pressupõe que a ação política (voto) é ligada aos diversos contextos sociais e desta maneira não há que ser considerada como uma ação autônoma do comportamento humano. Conforme observamos em Lipset (1967), toda e qualquer participação política é determinada pelo contexto social em que os indivíduos estão inseridos. Neste contexto, o grupo social se sobrepõe diante o indivíduo cuja ação política é determinada pela sua clivagem social. De acordo com Figueiredo (1991), a teoria sociológica do voto está estritamente vinculada à ideia central do estudo de Durkheim, apreendida na seguinte citação de Lazarsfeld (1966):

[...] não devemos estar preocupados em explicar a decisão individual do voto, mas em dar conta das diferenças nas taxas de votos, se elas mostrarem variações consistentes em diferentes grupos sociais. (LAZARSFELD, 1966, p. 29 apud FIGUEIREDO, 1991, p. 43).

Ainda nesta esteira, para Figueiredo (1991), são os grupos sociais que imprimem dinâmica à política e o que é explicado são os agregados das ações coletivas, o ato individual não é socialmente isolado.

As decisões individuais têm que ser compreendidas dentro dos diversos grupos sociais (LAZARSFELD, 1966, p. 299). Elas supõem a estabilização ou a mudança de atitudes, crenças, ideologias em termos de associação com outros membros dos principais grupos de solidariedade que envolvem o eleitor. (PARSONS, 1970, p.19) (FIGUEIREDO, 1991, p. 42).

Para a corrente sociológica, de modo geral, as condições sociais constituem o contexto em que o comportamento político é formado, onde variações e diferenças nas taxas de voto são explicadas pelo grupo social e sua dinâmica. Assim, a influência social representaria, sobretudo, formas de associação entre membros de um grupo, em que os elementos fundamentais são dados pela interação e comunicação social. Essa influência indica que os processos de construção de hábitos e opiniões são regidos probabilisticamente pela ocorrência e formato das

interações, não sendo, portanto, seguidos mecanicamente, de forma determinística, em que uma vez identificado a classe social, setor trabalhista ou região de moradia dos eleitores seu comportamento seria automático.

De acordo com essa corrente, a origem da identidade partidária está diretamente ligada ao discurso político-partidário e uma vez definidas essas identidades, os partidos adquiriam bases sociais duradouras e sólidas. Historicamente, as identidades com as organizações partidárias estariam centradas em clivagens sociais, fundadas em classes, divisões regionais ou linguísticas, religiões, etc. A relação entre grupo e identidade política se estabeleceria quando membros de um grupo partilhassem interesses fundamentais e politicamente definidos. A classe social, por exemplo, só existiria enquanto seus membros tivessem uma consciência de classe que os definissem em um grau relevante enquanto atores sociais, tendo relevância na escolha de candidatos e partidos que representasse essa classe (STORNI, 2010).

Mieres (1994) sustenta que a perspectiva sociológica³ consiste na atribuição de uma determinante sócio-econômica na conduta política e eleitoral dos indivíduos. Onde, os eleitores em situação social semelhante desenvolvem condutas político-eleitoral similares.

Desde esta perspectiva, los individuos toman sus decisiones en el ámbito político como una derivación más o menos directa de la posesión de ciertos atributos sociales e económicos. (MIERES,1994, p.12).

Ainda em Mieres (1994) a discussão desta perspectiva se situa nas variáveis a serem utilizadas, como por exemplo, as sócio-econômicas, as demográficas, as ocupacionais, etc.

La edad, el sexo, la educación, el nivel de ingresos, la ocupación, la posición en el modo de producción o la clase social son algunas de las respuestas que, en forma exclusiva, conjunta o combinada, se han presentado dentro de este marco interpretativo. (MIERES,1994, p. 12).

3 Mieres (1994) denomina a Perspectiva Sociológica como “Paradigma Estructural Sociocêntrico”.

Mieres (1994), diante das discussões em torno de diferentes variáveis explicativas encontradas na perspectiva sociológica, distingue três posições⁴: a corrente marxista, a estrutural funcionalista e o pragmatismo metodológico.

Nesta mesma esteira, Figueiredo (1991) sustenta que os contextos sociais⁵ podem ser compreendidos como contextos políticos e sociais. Para o autor, é no contexto social que ocorre o marco divisório da perspectiva sociológica. A diferença está na teoria usada para identificação da estrutura social e dos diversos grupos ou classes sociais que a compõem. Figueiredo (1991) argumenta que a interpretação do contexto social nesta teoria está dividida entre os que seguem a influência marxista e os demais.

“Para alguns grupos sociais, tais bases são de natureza funcional e para outros são de natureza cultural. Para alguns é a cultura política do grupo ou classe que os, específica e identifica, para outros é a posição de classe no modo de produção. Tal divisor identifica diferentes causas do comportamento político e assim produz explicações e interpretações notavelmente divergentes do processo decisório dos eleitores em relação a suas preferências eleitorais”(Figueiredo,1991, p. 51).

Enquanto na corrente marxista o núcleo da identidade política está baseada na posição de classe dos indivíduos na relação de trabalho e fatores econômicos, a não-marxista destaca outros fatores como podemos observar em Castro (1994):

Em função das influências que recebe nas interações dentro dos diversos grupos de que participa, o eleitor é levado a votar, ou não, em uma ou outra direção, enfim, é levado a escolher um determinado curso de ação. Nessa perspectiva macro em geral, a corrente marxista enfatizou sempre a importância dos fatores econômicos e da identificação com determinadas classes sociais, enquanto o ramo não-marxista salientou a relevância dos fatores culturais, das normas sociais, e chamou a atenção para a variedade das bases a partir das quais se

4 A primeira é a corrente marxista que se define a partir do pertencimento de classe, definida pela posição ocupada no modo de produção dominante. O enfoque estrutural-funcionalista sustenta que a posição social (status) de um indivíduo em uma sociedade não se restringe ao campo produtivo, o indivíduo pertence a diferentes campos, que incluem seus vínculos de parentesco, local de moradia, prestígio, poder, autoridade e ocupação.... O pragmatismo metodológico busca estabelecer correlações entre variáveis, vinculando a conduta eleitoral com as características socio-econômicas dos eleitores pesquisados.

5 Segundo Figueiredo (1991) o contexto político refere-se à conformação institucional do sistema político e às interações políticas institucionalizadas. Os contextos sociais referem-se às estruturas sociais e às formas básicas de organização da vida social nas quais os indivíduos fazem parte.

formam clivagens sociais: elas podem ser socioeconômicas, mas também étnicas, religiosas, culturais, regionais etc.(CASTRO,1994, p. 29).

Ainda conforme Castro (1994), mais recentemente, desenvolveu-se um ramo marxista micro, que passa a enfatizar, na explicação do comportamento eleitoral, a importância da ação estratégica e intencional, especialmente das elites partidárias, em contextos institucionais e socioeconômicos específicos. Este ramo, o marxismo analítico, adota os pressupostos principais da teoria da escolha racional. Sua contribuição é extremamente rica, mas pode ser submetida às mesmas críticas feitas ao enfoque econômico: reduz o comportamento eleitoral a uma decisão movida apenas por interesses utilitários, autônomos em relação aos condicionamentos contextuais.

A teoria sociológica, principalmente na versão não-marxista, conforme Castro (1994), é responsável pela produção de uma série de trabalhos empíricos nos quais foram identificadas as variações no comportamento eleitoral entre os grupos sociais em situação distinta, ou entre as categorias demográficas pelas quais os indivíduos podem ser classificados. As conclusões quanto à participação eleitoral especificamente foram sintetizadas por Lipset, a partir dos resultados de uma extensa lista de estudos empíricos. Já o ramo marxista produziu menos estudos empíricos a respeito do problema do comportamento eleitoral.

Interessou-se principalmente em mostrar as relações entre as classes trabalhadoras e os seus partidos, tentando explicar, através do conceito de alienação e em oposição ao conceito de consciência de classe, as situações em que os trabalhadores não votavam nos partidos que se identificavam como seus legítimos representantes. (CASTRO, 1994).

Para a teoria sociológica, o comportamento eleitoral é condicionado por aspectos que caracterizam os grupos sociais e que definem as relações sociais. Tais aspectos são duradouros, e suas mudanças só podem ser observadas a longo prazo e por isso consideradas estáveis, similar ao que acontece com as características demográficas da população.

Acredita-se que os diferentes estágios de desenvolvimento geram contextos sociais que respondem de forma distinta aos mesmos apelos políticos. Com base

nestes estágios, as sociedades podem ser localizadas em um contínuo que varia do tradicional ao moderno. As sociedades tradicionais seriam aquelas com pouca interação social e indivíduos com opiniões mais coesas e resistentes às transformações. Em oposição, as sociedades modernas possuem elevada interação social e relações sociais mais fluídas, sendo mais suscetíveis a mudanças. A organização dos contextos sociais varia de acordo com a estrutura social estabelecida e com os grupos que a compõe. Alguns autores postulam que a segmentação social é dada pela posição de classe no modo de produção, enquanto outros consideram que tal divisão seria estabelecida pela cultura política do grupo ou da classe (FIGUEIREDO, 1991, p. 51).

Lipset (1967) afirma que a segmentação existente na organização social seria refletida nas escolhas eleitorais, ou seja, diferentes classes sociais tenderiam a optar por diferentes partidos e/ou candidatos. Espera-se que os eleitores saibam se posicionar em relação às questões da agenda política e que escolham partidos e/ou candidatos que se posicionam da mesma forma. As identidades partidárias, então, são formadas pela existência de grupos sociais distintos e por partidos políticos que se colocam como representantes dos interesses destes grupos. Nesse contexto, a ideologia funcionaria como o posicionamento político em relação a questões diversas e possibilitaria ao eleitor identificar os partidos com relação aos interesses defendidos.

Conforme Castro (1994), no Brasil, muitos estudos elegeram a perspectiva sociológica para explicar o comportamento eleitoral:

A hipótese mais geral que orienta este tipo de estudo é que processos sociais amplos, como o avanço do capitalismo, são acompanhados por mudanças estruturais importantes, como a industrialização e a urbanização, que possibilitam a manifestação das clivagens sociais no apoio de camadas do eleitorado – classes sociais ou estratos diferentes – a determinados partidos e candidatos. (CASTRO, 1994, p. 65)

No entanto, conforme Andrade (2006), podemos encontrar pesquisas que trazem resultados em que a associação entre classe socioeconômica e voto não era constante ao longo do tempo, com possibilidade de ser fraca ou até mesmo inexistente. Estes resultados traziam uma distância entre os pressupostos teóricos

da corrente sociológica e os achados empíricos, pois estes apontavam que o pertencimento a uma classe social não produzia, necessariamente, comportamentos homogêneos. Diante disto, novas proposições surgem acerca da decisão do voto prescindido dos fatores sociológicos, enquanto condicionantes do comportamento eleitoral, evidenciando outras formas de relação entre o eleitor e a ação política.

1.2. As Teorias Psicológica e Psicossociológica⁶

Por meio de pesquisas empíricas - surveys – pesquisadores da Universidade de Michigan (EUA) desenvolveram a corrente psicossociológica do comportamento eleitoral.

O Modelo de Michigan, que fundamenta-se nos estudos de Campbell (1964) e Converse (1964), objetivou a busca da causalidade ao nível psicológico, onde o eleitor é a unidade de análise, ao invés do grupo social, como é visto na teoria sociológica.

Segundo Radmann (2001), para a psicologia o indivíduo e a sua motivação psicológica é que se constituem como a unidade de análise. O comportamento eleitoral baseia-se na estrutura de personalidade dos indivíduos e no seu sistema de crenças, independente do contexto social em que vivem.

A teoria psicossociológica “utiliza conceitos de psicologia social, para a qual as atitudes são decorrentes de traços da personalidade do indivíduo, adquiridos no contexto em que foi criado e por meio de suas experiências de socialização. Desse modo, as ações dos indivíduos são condicionadas pelas experiências e respostas ao

6 O grupo de pesquisadores do modelo de Michigan foi coordenado por Angus Campbell no final dos anos 50. Uma das principais obras desta perspectiva encontra-se em: CAMPBELL, Angus. *The American Voter*. New York: John Wiley and Sons, Inc, 1964; CAMPBELL, Angus. *Elections and the Political Order*. New York: John Wiley and Sons, Inc, 1967. . Outro fundador do modelo de Michigan é Philippe Converse, onde destacam-se as seguintes obras: CONVERSE, Philippe. “The Nature of Belief Systems in Mass Publics” In APTER, David (org). *Ideology and Discontent*. New York: The Free Press, 1964. CONVERSE, Philippe. “The Problem of Party Distances in Models of Voting Change”. In JENNINGS, M. Kent & ZEIGLER, L. Harman (eds). *The Electoral Process*. Englewood Cliffs: Prentice Hall Inc, 1966 e ainda, CONVERSE, Philippe. “The Concept of a Normal Vote”, in CAMPBELL, Angus et al. *Elections and the Political Order*. New York: John Wiley and Sons, Inc, 1967.

ambiente em que cresceu e não por sua origem, social” (Andrade, 2006). Dentre as conclusões dessa corrente está a de que a maioria dos eleitores tende a expressar os seus votos baseando-se na identidade partidária, sendo que tal identidade pode ser herdada da família ou na socialização. Os valores adquiridos no processo de socialização podem ser relevantes para as decisões políticas, o que significa que o voto será orientado ao partido que melhor represente esses valores. Essa corrente não reconhece a ideologia como um componente predominante na decisão eleitoral e indica em seu lugar o conceito de “identificação partidária”, que não está relacionada necessariamente com conteúdos ideológicos (CAMPBELL et al., 1960).

Nesse sentido, as predisposições individuais seriam reveladas, sobretudo, por pesquisas de opinião. A centralidade no indivíduo e a “conceituação política” desse indivíduo são os elementos centrais da teoria que explica o voto. Ser liberal ou conservador, por exemplo, tornaria possível a identificação ideológica do eleitor com seu candidato. Em última análise, o componente psicológico seria o determinante do voto.

Para a abordagem psicológica, a identificação partidária e a participação política estão vinculadas diretamente as percepções e motivações dos indivíduos em relação a política e aos partidos. Em contrapartida, para explicar o interesse e a participação política, a perspectiva psicossociológica (que integra princípios sociológicos e psicológicos) aponta para o modelo da centralidade, considerando a posição do indivíduo na estrutura da sociedade.

Para essa linha de estudos, o funcionamento dos grupos sociais e os resultados das ações coletivas só podem ser compreendidos a partir das predisposições individuais apreendidas através das opiniões que os indivíduos expressam em estudos observacionais como, por exemplo, as pesquisas de opinião pública. Por esta razão, esse modelo é tido como psicológico em contraposição ao modelo sociológico, que parte de contextos macros para entender as decisões individuais e a ação coletiva.

Uma crítica desta vertente à linha sociológica diz respeito aos estudos que utilizam dados agregados e que comparam apenas a estabilidade ao longo do tempo da associação entre as proporções de classe e de voto. Segundo a escola

psicossociológica, tais informações não são suficientes para afirmar que os eleitores orientam sua escolha eleitoral por motivações ideológicas. Para isto, seria preciso compreender o processo individual que conduziu o eleitor a tomar sua decisão, como afirma Campbell (1964): “começamos a busca da causalidade ao nível psicológico e concebemos o ato de votar como resultante de forças atitudinais”.

Além da centralidade do indivíduo nesse modelo, outro aspecto em que se fundamenta a corrente psicossociológica refere-se ao termo de “conceituação política” estabelecido por Converse em 1964 no seu estudo *The Nature of Belief Systems in Mass Publics*. Este conceito deriva da ideia de que os indivíduos possuem um sistema de crenças constituído pela maneira que se apreende os acontecimentos sociais e políticos. Assim sendo, a conceituação política pode ser entendida como a capacidade do indivíduo organizar atos e fatos políticos utilizando critérios ideológicos coerentes. Por outro lado, os níveis de conceituação política variam de acordo com a forma que os indivíduos interpretam e compreendem o mundo político.

Em 1952 e 1956, ao realizar pesquisas nos Estados Unidos com o intuito de identificar como os eleitores entendiam alguns termos ideológicos no que se refere aos significados de liberal versus conservador, Campbell observou que a maioria do eleitorado americano não organizava suas ideias a respeito de questões políticas coerentemente com os posicionamentos sugeridos por uma orientação liberal ou conservadora, o que tornaria inviável a construção de identificações ideológicas, salvo exceção de um grupo pequeno de eleitores com elevado nível de conceituação política. A grande maioria dos entrevistados não sabiam posicionar a si próprios, além de desconhecerem as questões do debate político corrente. De tal forma, os que não associavam opiniões e escolhas políticas em um sentido único e coerente, apresentavam um sistema de crenças idiossincrático no qual conviviam opiniões opostas sobre uma mesma temática. A conclusão de que os eleitores não se orientavam por questões ideológicas, tal como proposto por Lipset (1967), indicava que a identificação partidária deveria ser entendida como resultante de processos afetivos e não ideológicos, sejam por tradições familiares ou outras experiências de socialização.

Novos trabalhos foram produzidos com um novo enfoque sobre a questão da ideologia, tendo em vista as críticas dirigidas à teoria psicossociológica, por esta qualificar o eleitorado de irracional e suscetível a manipulações da elite política, já que era mínimo o número de eleitores orientados por uma ideologia. O estudo de Sartori (1982) introduz a ideia de imagem, uma dimensão intermediária entre o voto ideologicamente estruturado e o voto desestruturado. Conforme o autor define:

Uma imagem é, no meu entender, um vago pacote de políticas e programas condensado numa palavra ou frase, e por ela transmitido. “Bom para os trabalhadores” ou ainda melhor, “partido dos trabalhadores” é uma imagem (e não uma questão). Os rótulos liberal e conservador, progressista e reacionário, esquerda e direita, exemplificam tipicamente as imagens pelas quais os partidos procuram passar à frente uns dos outros. (SARTORI, 1982, p. 360).

Com base nas imagens partidárias, Sartori sugere que o eleitor concebe a disputa eleitoral no contexto de um espaço constituído por posições. Desta forma, o eleitor posiciona a si próprio e os partidos de acordo com as imagens que estes transmitem. Esta afirmação, por um lado, não deixa de estar vinculada aos estudos da escola psicossociológica ao indicar que essa imagem é uma representação da relação individual entre o eleitor e a imagem que faz do partido e/ou candidato. Mas não rotula o eleitor de baixa conceituação política como irracional, pois suas decisões seriam orientadas por um conjunto de impressões e intuições a respeito da política que, mesmo não sendo estruturadas ideologicamente, constituem o que foi denominado por alguns autores de identificação ideológica.

1.3. A Teoria da Escolha Racional

A teoria da escolha racional ou teoria econômica, elaborada a partir dos estudos de Anthony Downs (1957) baseia-se na ideia de que os indivíduos agem intencionalmente de forma a maximizar os ganhos que podem obter. O processo de decisão do voto, de acordo com este modelo, implica em adquirir informações, avaliá-las, dispor as opções eleitorais possíveis segundo uma ordem de preferência e escolher a que oferece maior benefício. Dessa forma, o voto assume um caráter

instrumental, no sentido de que eleitores optam pelo partido e/ou candidato que possui maior chance de oferecer benefícios, sejam de ordem social ou econômica. Por outro lado, partidos e candidatos atuam de forma a arregimentar o maior número de votos com o intuito de ganhar a eleição.

O entendimento da ação coletiva nesse modelo, assim como no modelo psicossociológico, está centrado no indivíduo, porém, a natureza da ação difere deste último por assumir que os indivíduos agem racionalmente ao invés de orientados por predisposições psicológicas. Neste caso, o único condicionante da atuação do eleitor é a dimensão política-institucional que define a disponibilidade dos meios e os fins a serem perseguidos (FIGUEIREDO, 1991). Por isso, a racionalidade envolvida na ação política independe da posição social dos indivíduos.

A ideologia nesse modelo funcionaria diferentemente do que postulam as demais vertentes. Para a escola sociológica, ideologia reflete interesses de classe e para a escola psicossociológica, a ideologia pode expressar orientações de ordem afetiva. No modelo downsiano, ideologia é uma forma econômica de obter informação sobre os partidos, pois bastaria supor que o quadro ideológico-partidário fosse estável para que a escolha de uma ideologia seja suficiente para o eleitor optar pelo partido. Este mecanismo dispensaria o eleitor de acompanhar partidos e candidatos para se informar de suas propostas em cada eleição, pois:

Ideologia, identidades políticas e culturais e valores são reduzidos a sistemas codificados de interesse, com a função instrumental de simplificar a aquisição e processamento de informações necessárias para uma decisão política inteligente (FIGUEIREDO, 1991, p. 69).

Outras abordagens da teoria econômica do voto consideram que o custo de obter informações não motiva o eleitor a informar-se, tal como estabelecido no modelo downsiano. Segundo Figueiredo (1991), muitos estudos foram produzidos tendo por base a ideia de que o eleitor busca adquirir informações menos custosas. Dentre eles, destaca-se uma versão economicista do comportamento político, que embora distinta da teoria da escolha racional, utiliza alguns conceitos dessa teoria, diferenciando-se por supor que o comportamento humano é satisfacionista, ou seja,

as escolhas são feitas tendo em vista um mínimo de obtenção de benefícios, ao contrário da teoria downsiana, na qual o comportamento humano é maximizante.

Segundo Lavareda (2009):

No terreno dos estudos políticos, os limites da razão foram reconhecidos nas formulações mais sofisticadas da escola da escolha racional. A exemplo de Samuel Popkin, que cunhou o conceito de “racionalidade de baixa informação”: o eleitor utiliza “atalhos”, ou “heurísticas”, para obter informações e simplificar a escolha eleitoral. Um tipo de estratégia para facilitar a resolução de problemas. (LAVAREDA, 2009: 149).

Esse argumento da teoria racional, segundo Carreirão (2002), é uma resposta ao “paradoxo da política de massas” (Neuman, 1986) que questiona o bom funcionamento da democracia em face de um eleitorado que não atende aos pressupostos da teoria democrática clássica. Pois, a manutenção da democracia não exigiu um eleitor de elevado envolvimento político e que tivesse um pensamento político estruturado.

Tendo em vista o declínio da relevância das identidades partidárias e ideológicas nas explicações do comportamento eleitoral, alguns estudos foram elaborados privilegiando outras formas de obtenção de informação orientadoras da decisão do voto. Nas proposições que discutem a importância da avaliação de governo como forma de informação, a ser utilizada no processo da decisão do voto, encontram-se dois tipos de abordagem: o voto retrospectivo e o voto prospectivo. O voto retrospectivo é aquele no qual o indivíduo toma sua decisão baseando-se unicamente na performance passada do governo. O que interessa, neste caso, são os resultados das políticas implementadas pelo governante e não os meios políticos empregados. Já o voto prospectivo é aquele em que o eleitor está atento ao atendimento de suas expectativas futuras, sendo necessário avaliar as propostas dos candidatos para decidir em qual deles votar. Uma outra abordagem sugerida por Fiorina (1981) baseia-se no modelo de Downs (1957) em que o voto retrospectivo seria uma forma de economizar informações que serão utilizadas no julgamento da escolha eleitoral, sendo o voto retrospectivo uma etapa no processo do voto prospectivo.

De acordo com a teoria da racionalidade do voto, o eleitor age como um juiz, isto é, se ele avalia que o atual governante está tendo um desempenho positivo junto ao seu mandato, tende a votar pela sua continuidade. No entanto, se o mesmo acredita que o governante está tendo um desempenho negativo em sua gestão, tende a votar na oposição. (KRAMER, 1976).

À regra de decisão satisfacionista de Kramer deve ser acrescentado o cálculo prospectivo. Este cálculo pressupõe que os eleitores têm certa expectativa sobre as ações que determinado candidato, uma vez no poder, deverá tomar. Se considerarem que essas ações futuras serão positivas, ele votará neste candidato; caso contrário, vota em outro (CAMARGOS, 1999; LOCKERBIE 1991; LANUE 1994). Neste caso, a rejeição de um candidato por qualquer motivo, pode implicar na aceitação do outro, que passa a ser necessariamente o candidato que o eleitor prefere (FIGUEIREDO, 2008). (VEIGA, 2011).

Em síntese, observa-se que Castro (1994), Singer (2000) e Carreirão (2002) concordam com a afirmação de que o eleitorado, ainda que em sua maioria apresente baixos níveis de conceituação e sofisticação política, age racionalmente quando vota mobilizando informações mais acessíveis e simples. A principal diferença entre os autores diz respeito ao aspecto preponderante que orienta os eleitores. Para Castro (1994), o eleitor utiliza as imagens políticas dos candidatos ou o seu posicionamento ideológico, dependendo do nível de sofisticação política do indivíduo. Singer (2000) acredita que o voto é determinado, em grande medida, pela identificação ideológica dos eleitores. Já para Carreirão (2002), os fatores de maior peso na decisão do voto são a avaliação do desempenho econômico do governo e os atributos dos candidatos.

Entendemos que a decisão do voto, como apontada por Castro (1994), é um fenômeno que dificilmente poderá ser analisado a partir de uma única teoria, necessitando que um estudo sobre o tema abarque as três teorias apresentadas.

CAPÍTULO II

OS TIPOS DE ELEITORES BRASILEIROS

Neste capítulo, com base em análises realizadas no Brasil, após o período de redemocratização, apresentaremos um panorama dos trabalhos realizados sobre comportamento eleitoral, bem como traçaremos os perfis dos eleitores brasileiros.

Neste sentido, nos apoiaremos nos trabalhos de Marcello Baqueiro, Fábio Wanderley Reis, Mônica Machado Castro, André Singer e Antônio Lavareda. Para efeito de análise, atribuiremos às interpretações apresentadas, denominações com base na tese dos autores supracitados.

2.1. O eleitor pragmático e personalista de Baqueiro

Com o intuito de desvendar o comportamento eleitoral e a cultura política dos eleitores gaúchos, Baqueiro concentrou seus estudos nas eleições de Porto Alegre. Conforme aponta Radmann (2001), tais estudos mostram um eleitor com visão pessimista em relação ao futuro da democracia. Tal pessimismo é fruto das incertezas e do descrédito dos eleitores em relação a política.

Para Baqueiro e Castro (1996), escândalos de corrupção de agentes públicos, divulgados com frequência pelas mídias de massa, acabam por fomentar o pessimismo da população acentuando o sentimento de ineficácia política.

Através de diversas rupturas institucionais e traços autoritários, a dimensão política é formada tomando como base uma política fragmentada e cética. Para Baqueiro (1994), tal cenário é agravado pela falta de punição dos agentes públicos responsáveis por fraudes e malversação de recursos públicos, o que segundo palavras do autor, acaba “criando um clima de indiferença informada por parte dos cidadãos em relação ao que ocorre no campo político”. Nesse sentido, podemos observar em Radmann (2001) que:

[...] os trabalhos de Baquero apontam que o contexto político influencia na direção do voto (1985, 1994, 1997), propicia o voto personalista (1984, 1985 e 1997) e o comportamento pragmático do eleitor (1997) que avalia as ações administrativas dos governantes e opta por um candidato a partir de questões de natureza pragmática. (RADMANN, 2001).

Após o processo de redemocratização no país, e com a volta das eleições diretas, Marcello Baqueiro realiza uma série de pesquisas acerca do comportamento eleitoral na capital gaúcha, começando pelas eleições de 1982. Passaremos a mostrar que variáveis o autor utilizou e a quais conclusões chegou.

Para Baqueiro (1984), após um período, décadas de 60 e 70, em que os trabalhos acerca do comportamento eleitoral enfatizavam a importância dos partidos políticos como variável independente na preferência eleitoral (variável dependente), a partir de 1982 o que se viu foi o predomínio do personalismo sobre aspectos de identificação partidária. O eleitor de Porto Alegre passa a considerar mais importante votar na pessoa do que no partido.

Levando em consideração fatores conjunturais políticos e *issues* sociais e econômicas, o autor tenta explicar as mudanças da forma como o eleitor escolhe o seu voto:

Desnecessário dizer que a situação econômica brasileira, nos últimos anos, tem experimentado uma deteriorização bastante acentuada: altíssimos índices de inflação, um crescente desemprego, problemas de criminalidade, etc. O que é importante notar é que os dados das várias pesquisas, realizadas em vários pontos, nos últimos anos, captam claramente esta deteriorização. De 1968 para 1982, observa-se uma diminuição substancial daqueles que acreditam que a situação do país melhorou de alguma forma (Baquero, 1984, p. 17).

As análises feitas pelo autor mostram que o eleitor de 1982 mantinha uma posição de centro, moderado do ponto de vista ideológico. Diante disto, os eleitores estariam mais propensos às características de um candidato de centro, mais identificado com o personalismo e com o populismo político (Radmann, 2001).

Ainda tendo como base as eleições de municipais de Porto Alegre em 1982, Baqueiro (1985) utilizou uma classificação elaborada por Philip Converse⁷ objetivando a análise comparativa do comportamento eleitoral e do sistema de crenças dos porto-alegrenses. Tal classificação, baseada na teoria psicológica do comportamento eleitoral, apresenta uma tipologia considerando o nível de apreensão contextual do sistema político, dividindo-os da seguinte maneira⁸: ideólogos, quase-ideólogos, interesse de grupo, natureza dos tempos e sem conteúdo político.

Ao analisar os resultados, observou-se que 68,7% dos entrevistados se enquadravam entre *Natureza dos tempos* e os *Sem conteúdo político*, dentre os quais 37,1% se referem ao último grupo, grupo este que representa um eleitorado personalista, cujas avaliações do cenário político não apresentam qualquer questão política significativa. Sentem lealdade por um partido, mas não sabem a plataforma política dos mesmos, guiando-se por qualidades pessoais do candidato.

Esta pesquisa apresentou um eleitorado em sua maioria pouco informado, que vê a política de modo abstrato, com pouca sofisticação política. Os dados da pesquisa revelam ainda que quanto mais baixo o nível de conceptualização menor o grau de preferência por um partido político e maior o nível de indecisão.

O processo de politização de uma pessoa depende, também, do seu grau de comprometimento em se manter informado sobre os acontecimentos políticos. Este parece não ser o caso dos eleitores entrevistados. (BAQUERO,1985, p.248).

Baqueiro (1997), ao analisar as eleições municipais de Porto Alegre de 1996, sustenta que as teorias sociológica e psicológica não dão conta de recepcionar as transformações ocorridas naquela cidade. O autor evidencia como causadores de

7 Juntamente com Campbell, Converse é a autor da teoria psicológica do comportamento eleitoral.

8 Ideólogos - Apresentam um nível mais elevado nas dimensões conceptuais e uma amplo alcance nos significados políticos. Quase-ideólogos - mencionam a dimensão política de uma maneira periférica e utilizam os conceitos políticos de uma forma questionável. Interesse de grupo - não se utilizam de dimensões globalizantes para avaliar candidatos ou partidos, mas percebem os conflitos existentes dominantes e dominados. Natureza dos tempos - realizam algumas considerações políticas mas suas avaliações não empregam argumentos. E, os Sem conteúdo político - para estes o cenário político não apresenta nenhuma significação.

um eleitor pragmático e não-ideológico, a globalização e uma nova forma de fazer política. Os eleitores estariam se motivando pelas ações administrativas dos políticos, ou seja, se utilizando da vertente retrospectiva do voto, fruto da teoria da escolha racional.

Os eleitores levariam em consideração não aspectos ideológicos ou partidários, mas sim critérios de eficiência na administração pública. Diante dos altos índices de corrupção e malversação do dinheiro público, os partidos políticos teriam passado por um processo descrédito junto aos eleitores porto alegrenses. Com isso ocorre o surgimento em padrões de comportamento eleitoral baseados na indiferença e no pragmatismo.

Ao contrário do que se podia esperar, ou seja, um aumento da identificação partidária que deveria ser paralelo com o processo de redemocratização, o padrão observado a partir de 1986 se inverte, aumentando o número de pessoas que responderam não se identificar com nenhum partido político. (BAQUERO,1997, p.132).

Radmann (2001) define o eleitor personalista e pragmático de Marcello Baquero:

O comportamento dos eleitores nesta nova perspectiva política não é influenciado pelos partidos políticos ou por qualquer instituição de cunho político, mas por avaliações em relação a administração dos governantes.

E, a partir deste procedimento de avaliação governamental, a dimensão ideológica partidária fica alocada a segundo plano e tornam-se fundamentais os atributos pessoais de competência, honestidade e capacidade do candidato. (RADMANN, 2011).

2.2. Castro e o eleitor sofisticado

Tomando por base a centralidade da sofisticação política, Mônica Machado Castro publicou em 1994 um dos trabalhos mais importantes acerca do comportamento eleitoral no Brasil. Castro alertou para a necessidade da junção de variáveis das três grandes teorias do comportamento eleitoral, a sociológica, a psicossociológica e a escolha racional.

Uma teoria realmente explicativa do voto deve incluir as variáveis macro-sociológicas, que compõem os contextos sócio-econômicos e institucionais dos indivíduos, os atributos sócio-demográficos dos eleitores, que definem posições específicas na estrutura social e experiências de relações sociais em grupos diversos, e, finalmente, os fatores políticos micros, especialmente a preferência partidária e sofisticação política. (CASTRO,1994, p. 203).

A proposta metodológica de Castro é baseada na comparação da preferência partidária e eleitoral dos eleitores com questões sociais diferentes (como sexo, idade, escolaridade, ocupação, renda familiar, raça e participação em associações diversas) e características políticas variadas (opiniões, atitudes, interesse, envolvimento, informação...) a partir do contexto institucional e sócio-econômico dos eleitores (Radman, 2001).

A partir de quatro variáveis, a autora constitui o grau de sofisticação política do eleitor, sendo elas: o interesse por política, o envolvimento no processo eleitoral, a exposição ao horário eleitoral gratuito na TV e o grau de informação a respeito do candidato presidencial.

Em sua tese, Castro(1994) ao se utilizar de *surveys* para analisar o comportamento eleitoral chega a algumas considerações. A sua proposição geral é de que “quanto mais central a posição do indivíduo em termos objetivos, isto é, mais alta sua posição na estrutura da sociedade, maior é sua centralidade subjetiva”.

Ao analisar os dados coletados⁹, a autora observa correlações significativas entre participação política, identificação partidária e o destino do voto, o que a leva a acreditar que a participação política será maior entre aqueles com maior nível de preferência partidária, bem como o voto seguirá a identificação com o candidato ou o com o partido de preferência do eleitor.

Para Castro (1994), devido a baixo índice de eleitores com identificação partidária, a sofisticação política passar a ser variável mais importante na análise do comportamento eleitoral.

⁹ A autora utiliza dados obtidos em *surveys* realizados pelo Instituto Vox Populi e pelo *survey* realizado pelo Departamento de Ciência Política da UFMG.

Os dados sugerem que os eleitores mais sofisticados são aqueles que votam orientados por preferências partidárias baseadas na comparação entre suas próprias opiniões quanto a issues diversos e as propostas definidas pelos partidos e candidatos. (CASTRO, 1994, p. 206).

Em sua pesquisa, a autora identificou ainda que os eleitores com baixa sofisticação política tendem para uma escolha personalista, deixando de lado preferências partidárias, chegando até a apresentarem opiniões sobre *issues* políticas com base no discurso do seu candidato ou partido de preferência.

Para Castro (1994), apesar da influência do grupo ao qual o eleitor faz parte sobre o seu comportamento eleitoral, este eleitor não poder ser considerado não-racional.

Se o voto reflete a influência do grupo de que o eleitor faz parte e esse grupo faz uma escolha que pode ser interpretada como racional, porque vota no partido que convencionalmente representa seu interesse de classe, o membro do grupo tenderá a fazer a opção “correta”. (CASTRO, 1994, p. 206).

Segundo Castro, nas camadas populares, os eleitores se baseiam em sua maioria na análise da “imagem” do candidato que em muitas vezes é difusa e vaga, o que acaba dificultando o entendimento da importância dos partidos políticos.

Certamente a identificação com um candidato, pela imagem que ele consegue criar e difundir, se não está mediada por uma preferência partidária estável, é mais transitória, o que explicaria, em parte, a aparente volatilidade do voto popular no Brasil. (CASTRO, 1994, p. 207).

Para a autora, a racionalidade pode ser percebida em todos os níveis de comportamento eleitoral. No caso das camadas populares, apesar de basearem-se em “imagens” difusas e vagas acerca dos candidatos, o comportamento eleitoral das mesmas não pode ser classificado como irracional ou ainda imprevisível. Este eleitorado, por meio de uma “racionalidade” própria, com baixo grau de informação, acaba definindo o seu voto com base em critérios personalistas.

Nas camadas com maior grau de informação e de acesso a recursos políticos, podemos observar uma “maior racionalidade” no comportamento eleitoral.

Eleitores de baixa sofisticação política têm uma imagem da posição dos candidatos que, para o eleitor informado e atento, poderia ser considerada como distorcida, equivocada. Podem identificar como defensores dos interesses populares candidatos que o eleitor sofisticado dificilmente perceberia desta maneira. (CASTRO,1994, p. 208).

Eleitores com uma maior sofisticação política, devido ao número de informações sobre questões políticas e o posicionamento de candidatos e partidos, acabam sendo mais concisos na convergência entre seus interesses e o destino do seu voto.

Setores politicamente sofisticados são aqueles que orientam suas escolhas por ideologias políticas, por posições baseadas na comparação entre suas opiniões quanto a issues diversos e as propostas dos partidos e candidatos. (CASTRO,1994, p. 209).

A autora destaca em seu trabalho a preocupação em esclarecer que não considera que as camadas populares sejam orientadas pela emoção enquanto as camadas mais sofisticadas seriam movidas pela razão. Castro (1994) afirma que toda ação pode ser interpretada como: orientada pela razão e movida pela emoção.

O importante é enfatizar que para explicar o voto é preciso considerar que os eleitores são ao mesmo tempo autônomos e condicionados, em graus variados, dependendo do contexto em que estão inseridos e de sua posição na estrutura social; é preciso considerar que escolhem, decidem como agir, dentro de circunstâncias que limitam, em grau variado, suas alternativas e percepções da realidade política; é necessário levar em conta as preferências dos indivíduos, seus objetivos, mas sem esquecer que essas preferências variam conforme sua situação na sociedade que produz experiências de vida diferentes, graus variados de participação, informação e interesse pelo processo político. (CASTRO, 1994, p. 210).

Na proposta de Castro (1994), para explicar o voto é necessária a compreensão da “cadeia causal sequencial” que condiciona as escolhas de cada eleitor. Se faz necessário encontrar a racionalidade de cada contexto, tendo em vista que a sofisticação política depende da situação social dos indivíduos¹⁰.

Entre as “causas” do comportamento eleitoral encontram-se as preferências partidárias dos indivíduos, que resultam de suas posições na sociedade, em

10 Segundo Castro (1994) o grau de escolaridade desempenha um papel especial no processo de **estruturação da sofisticação política**.

contextos sócio-econômicos e institucionais definidos. (CASTRO,1994, p. 210).

Castro (1994) conclui que não existe nada de peculiar no comportamento eleitoral dos brasileiros se em comparação ao comportamento de eleitores de outros países. Ocorre que no Brasil verifica-se uma proporção maior de eleitores com baixo grau de informação, pouco consistentes ideologicamente e apáticos em relação à política (Radmann, 2001).

2.3. Reis o eleitor tipo flamengo

Fábio Wanderley Reis¹¹ concentrou grande parte de seus estudos no período de redemocratização da política brasileira. O autor se utilizou da corrente da escolha racional para explicar o voto, porém assim como Castro (1994), Reis (1988) criticou a disputa entre as teorias sociológica e da escolha racional, pois entendeu ser necessário a referência a um e a outro campo. Para o autor, a junção das duas teorias é observada como uma “postura epistemologicamente profícua”.

Os principais ingredientes de uma abordagem “racional” estarão presentes sempre que se admita a característica intencional do comportamento - e estarão presentes, portanto, mesmo em abordagens convencionalmente “sociológicas”, cujas proposições seria impossível fazer sentido, em última análise, na ausência destes ingredientes. (REIS,1988, p.30).

Para Reis, a discrepância existente entre as teorias do comportamento eleitoral supracitadas, pode ser superada devido a avanços analíticos em assuntos que envolvem a *identidade* e a *instrumentalidade* da ação política.

11 REIS, Fábio Wanderley. “As Eleições em Minas Gerais” In: BOLIVAR, Lamounirer e CARDOSO, Fernando Henrique (orgs.). **Os Partidos e as Eleições no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 19775, ver ainda os artigos publicados em: REIS, Fábio Wanderley. **Os Partidos e o Regime: A Lógica do Processo Eleitoral Brasileiro**. São Paulo, Símbolo, 1980. REIS, Fábio Wanderley. “O eleitorado, os partidos e o regime autoritário brasileiro” In: SORJ, B. & ALMEIDA, M. H. T. (orgs) **Sociedade e Política no Brasil pós-64**. São Paulo”: Brasiliense, 1983.

A meta seria a de redefinir a questão mesma da identidade em termos de grupos “funcionais” com tarefas (políticas) a serem executadas, ou seja, trazer de volta a vontade e a deliberação (e portanto a “descentração” cognitiva) à própria esfera da definição de identidade. (REIS, 1988, p. 32).

Como podemos observar em Radmann (2001), para Reis (1998), essa meta deveria ser contemplada através das “identificações partidárias”, onde o partido político seria um instrumento de identificação com as entidades políticas. Ocorre que os estudos realizados pela Escola de Michigan levaram para uma outra direção. A Análise dos dados coletados revelaram os partidos políticos como “objeto irrefletido de identidades coletivas e pessoais”. Tal interpretação foi reforçada pelas pesquisas realizadas em nosso país, demonstrando uma incoerência entre a posição do eleitor com a posição defendida por seu partido político de preferência.

Com a finalidade de interpretar o comportamento eleitoral brasileiro, Reis baseou-se em um esquema analítico que integra o modelo da centralidade, da perspectiva psicológica, com o modelo da “consciência de classe”, decorrente da perspectiva sociológica.

Em se tratando das condições brasileiras, a articulação entre os dois modelos levam o autor a crer que a “centralidade” da posição social geral afeta não somente diretamente a participação política e a eleitoral, bem com interfere para que o modelo da consciência de classe venha a atuar de fato.

A idéia geral (...) é a de que as dimensões variadas da centralidade, conjugando-se, definem contextos que se mostram mais ou menos sóciopsicológicos e intelectuais previsto pelo modelo da consciência de classe. (REIS, 1988, p. 34).

Segundo Reis (1988), os diferentes *graus de política* (de sensibilidade e envolvimento políticos) são fomentados por *issues* de natureza cognitiva. A mudança do grau de “ideologia política”, existente no contexto dos eleitores, responde pela inserção destes na vida política.

Para o autor, podemos observar no caso brasileiro a “identidade de uma certa espécie”, em que o eleitorado apresenta uma identidade ao votar que diverge:

Com o caso de determinado tipo de eleitor americano que se identifica fortemente com um dos partidos embora mostrando reduzido grau de sensibilidade e consistência ideológicas, seja com o caso de um suposto eleitor europeu ideologicamente sensível e issues-oriented, quer identificado com um partido ou independente. (REIS, 1988, p. 36).

Para o autor, a inserção e a participação dos indivíduos no cenário político é proporcional a sua condição e a sua identidade social. Neste sentido, os segmentos sociais de maior poder aquisitivo manifestam um maior grau de consciência de classe ao votar, traduzindo de forma mais clara sua opção partidária.

As correlações da preferência partidária ou do comportamento eleitoral com as opiniões dos eleitores estudados só se davam, em alguma medida, nos estratos sócio-econômicos mais altos. (REIS, 1991, p. 35).

Em se tratando de segmentos mais populares, a realidade passa a ser outra, o comportamento eleitoral tende a ser mais heterogêneo, observando-se ainda um menor envolvimento nas questões políticas. Dados do autor demonstram que quanto menor o nível educacional dos eleitores, maior é o desinteresse pela política (Reis, 1978).

De maneira não surpreendente, a maioria avassaladora dos que se incluem nessa fração do eleitorado se mostram desinformados e indiferentes com respeito aos grandes temas do debate político-institucional da atualidade brasileira. (REIS, 1988, p. 35).

Segundo Radmann (2001), o autor identifica no Brasil o “eleitor tipo flamengo”, caracterizado pelo eleitorado popular, em que sua percepção não se integra, senão precariamente, nos diversos aspectos ou dimensões do universo sócio-político. Votar, para o eleitor, seria como “torcer” para um time de futebol.

No caso do eleitor tipo “Flamengo” estamos no nível de identidades sociais espontâneas e rudimentares que não foram trabalhadas politicamente - algo

como uma matéria-prima sociológica apenas superficialmente tocada pelas “instrumentalidades” da vida política. (REIS, 1988, p. 36).

O eleitor expressaria uma identidade ao votar. Tal identidade corresponde ao grau de informação e de envolvimento político do eleitor. Esta identidade varia de acordo com o seu grau de “ideologia política”.

Reis (1988) destaca que o comportamento dos eleitores através de uma *identidade* se expressa na escolha do eleitor. Tal *identidade* está sempre em jogo:

Ela está em jogo na síndrome do Flamengo em que “os pobres” são contrapostos aos “ricos” e que fornece o terreno para a política populista da mesma forma que está em jogo na “identificação” herdada com Democratas ou Republicanos, nos Estados Unidos, ou na “identificação” supostamente issueorientated do trabalhador europeu com este ou aquele partido socialista. (REIS, 1988, p. 37).

Segundo Reis (1991), a “Síndrome do Flamengo” pode ser compreendida como uma combinação junto aos estratos populares brasileiros. Esta combinação é formada de um lado com elementos “a-rationais” ligados a articulação entre identidades pessoais e coletivas, e de outro, os instrumentos de instrumentalidade e cálculo.

Em suma, para Reis (1988, 1991), a coerência a ser observada no comportamento dos eleitores refere-se às suas próprias percepções e informações. A racionalidade dos eleitores processa-se de acordo com o “contexto” da *identidade* popular.

Não há porque tratar como “irracional” o desinformado eleitor popular brasileiro [...] mas é crucial dar-mo-nos conta de que o fator de coerência e racionalidade em seu comportamento político-eleitoral é exatamente o sentido difuso e cognitivamente precário de uma identidade popular. (REIS, 1991, p. 36).

Essa ótica não impede que essa *identidade* popular seja contraposta com as *identidades* definidas de maneiras mais complexas e refinadas, de acordo com os preceitos da sofisticação política (Radmann, 2001).

2.4. Singer e o eleitor ideológico

Em sua tese de doutorado, André Singer¹² analisa o comportamento eleitoral do brasileiro nas eleições presidenciais com base no posicionamento ideológico do eleitor. Para Singer (2000), por ser uma variável preditiva muito forte, a identificação ideológica¹³ deve ser incorporada na análise do comportamento eleitoral.

O nosso trabalho visou provar que a identificação ideológica influencia o voto no Brasil e, sendo assim, precisa ser sistematicamente incorporada aos surveys e análises do comportamento eleitoral no país. (SINGER, 2000, p. 160).

Tomando por base pesquisas eleitorais referentes às eleições para presidente nos anos de 1989 e 1994, Singer destaca a importância da autolocalização do eleitor no espectro ideológico e a sua relação com a direção do voto (Radmann, 2001).

Tanto em uma como em outra eleição, o eleitor soube, em sua grande maioria, localizar-se no contínuo esquerda-direita e esse posicionamento esteve fortemente associado à escolha do candidato em que votar. Quando comparada a outras variáveis preditivas do voto naquelas ocasiões, a identificação ideológica revelou-se das mais fortes. (SINGER, 2000, p. 17).

Para o autor, através de um conhecimento abstrato do conceito de esquerda e direita, o eleitor consegue se posicionar no espectro ideológico. Essa autolocalização ideológica, apesar de desestruturada acaba por refletir as preferências do eleitor.

A maioria dos eleitores não sabe verbalizar o significado de esquerda e de direita. Tornou-se claro, assim, que o entendimento do que representam

12 André Singer defendeu a sua tese doutorado junto ao departamento de Ciência Política da Universidade de São Paulo em 1998. Seu livro foi lançado em 2000 com a seguinte bibliografia: SINGER, André. Esquerda e Direita no Eleitorado Brasileiro: A identificação ideológica nas disputas presidenciais de 1989 e 1994. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.

13 O autor se refere a influência da ideologia na decisão eleitoral. Para o autor a identificação ideológica é medida pela auto-localização do eleitor na escala direita-esquerda. Ressalta-se que devido a natureza aleatória desta escala intuitiva, as constatações de Singer (2000) não deixam de impor uma característica ao comportamento eleitoral.

estas categorias é intuitivo e não está cognitivamente estruturado. (SINGER, 2000, p. 156).

Singer (2000) afirmou que, apesar de parte do eleitorado identificar o que é esquerda e direita de forma intuitiva¹⁴, o grupo do eleitorado que se posicionou na escala ideológica tendeu por direcionar o seu voto de forma correlata ao seu auto-posicionamento.

Trata-se de uma alta taxa de reconhecimento das categorias esquerda e direita [...] Reconhecimento quer dizer apenas que, quando é apresentada ao eleitor uma escala formada a partir dessas categorias, ele sabe, ainda que intuitivamente, do que se trata. (SINGER, 2000, p. 130/131).

Para o autor - mesmo que os dados de suas pesquisas tenham revelado que 60% do eleitorado entrevistado não sabiam explicar o que seria esquerda e direita, bem como destes 20% disseram que esquerda era contra o governo e direita a favor – os eleitores sabem se posicionar na escala ideológica de forma intuitiva, devido sentimentos que significam as posições ideológicas. “Esse sentimento permite ao eleitor colocar-se na escala em uma posição que está de acordo com suas inclinações, embora não as saiba verbalizar.” (SINGER, 2000, p. 143).

Para André Singer, a identificação ideológica vem a ser um forte preditor do voto de grande parte do eleitorado. “Constatamos também que houve grande estabilidade ideológica do voto, com os eleitores escolhendo candidatos do mesmo diapasão ideológico ao longo de uma série de pleitos” (SINGER, 2000, p. 156).

Além da identificação ideológica, o autor defende também a preferência partidária como um forte preditor do voto. No entanto a preferência partidária agiria como um subconjunto da identificação ideológica, pois mesmo se um grupo de eleitores não tivesse preferência partidária, tal grupo ainda teria um sentimento ideológico.

14 Esse uso intuitivo das categorias ideológicas denominou-se identificação ou sentimento ideológico (MILLER & SHANKS; KNIGHT & LEWIS, 1996 apud SINGER, 2000, p.160).

Embora a identidade ideológica não demonstre a mesma eficiência preditiva que a identidade partidária seus índices de correlação são consistentes e significativamente superiores das demais variáveis testadas. (SINGER, 2000, p. 87).

Singer (2000) destaca ainda a influência da variável escolaridade para explicar o comportamento eleitoral. A tendência dos eleitores mais escolarizados era de votar na esquerda, enquanto o inverso ocorria no grupo dos eleitores menos escolarizados.

Possivelmente os eleitores pobres tenderam a votar na direita não porque eram pobres, mas sim porque eram menos escolarizados. A escolaridade foi, em suma, um melhor preditor de voto do que a renda. (SINGER, 2000, p. 86).

Ao analisar os *surveys* realizados em suas pesquisas, Singer (2000) pode chegar a algumas conclusões importantes:

A primeira é que em todos eles o eleitorado converge para o centro com inclinação para a direita. A segunda é que, grosso modo a tendência à direita supera em duas vezes aquela em direção à esquerda. Por fim, a proporção de eleitores situados nos vários pontos do espectro foi fortemente estável no período. (SINGER, 2000, p.135).

2.5. O eleitor emotivo de Lavareda

No ano de 2009, Antônio Lavareda, que já havia participado de 76 campanhas eleitorais, publicou o livro “Emoções Ocultas e Estratégias Eleitorais”, onde combinando uma vasta pesquisa com análises acuradas, revelou que, mais do que a razão, são os sentimentos que dão as cartas nas eleições. Já no ano de 2011, Lavareda publica importante trabalho sobre neuropolítica¹⁵, evidenciando mais uma vez a importância das variáveis emotivas.

15 Antônio Lavareda publicou o artigo “Neuropolítica: o papel das emoções e do inconsciente”. Dossiê Marketing Político, n. 90, p. 120-146, jun./ago. 2011.

Tanto Lavareda (2009; 2011) quanto Oliveira, Romão e Gadelha (2012) sugerem um novo determinante do voto para explicar o comportamento eleitoral. Os autores utilizam a variável emoção como vetor explicativo das escolhas eleitorais. Nesse caso, os sentimentos são variáveis independentes, os quais possibilitam que eleitores façam as suas respectivas escolhas eleitorais.

Os sentimentos têm a sua origem nas emoções. Mas nem todos os sentimentos provêm das emoções¹⁶. Emoção é um conjunto de alterações no estado do corpo associadas a imagens mentais que ativaram um sistema cerebral específico. Portanto, a essência do sentir de uma emoção é a experiência dessas alterações (DAMÁSIO, 1996). O sentimento, por sua vez, “são as percepções compostas daquilo que ocorre em nosso corpo e na nossa mente quando uma emoção está em curso” (DAMÁSIO, 2011, p. 142)¹⁷. Lavareda define emoções como:

Emoções são reações complexas, imediatas, diante de estímulos variados, em um processo extremamente rápido que não requer esforço consciente. Elas engajam nossas mentes e nossos corpos. São reações subjetivas, (como raiva ou medo) e neurofisiológicas (sudorese, tensão muscular, batimentos cardíacos acelerados, contração do estômago, dilatação da pupila, sorriso, náusea, entre outras). Essa é a visão predominante nos dias correntes. (LAVAREDA, 2011)

Linha recente de análise das campanhas eleitorais, que leva em conta as reações humanas à estímulos emocionais é a neurociência. Os profissionais de marketing já utilizam o termo “neuromarketing”, que aponta a ciência como dando conta do mapeamento do cérebro e neurônios humanos, de forma a observar e classificar as diferentes reações emocionais dos eleitores (LAVAREDA, 2009).

Embora a neurociência reconheça a emoção como relevante ao processo de escolha eleitoral, coloca a tecnologia como passível de mapeá-las quantitativamente,

16 Emoção e sentimento, embora façam parte de um ciclo fortemente coeso, são processos distinguíveis. Não importa que palavras usamos para nos referir a esses processos distintos, contanto que reconheçamos que a essência da emoção e a essência dos sentimentos são diferentes. (DAMÁSIO, 2011, p.141).

17 No esforço para entender o comportamento humano muitos tentaram passar ao largo da emoção, mas não tiveram êxito. O comportamento e a mente, consciente ou não, assim como o cérebro que os gera, recusam revelar os seus segredos, a menos que a emoção (e os muitos fenômenos que se escondem sob seu nome) seja inserida na equação e tenha sua importância reconhecida. (DAMÁSIO, 2011, p. 140).

assim como indicadora dos efeitos dos diferentes estímulos de comunicação nos indivíduos, não levando em conta a complexidade de um processo comunicativo. A neurociência aplicada à análise das campanhas eleitorais relaciona as emoções e estímulos a fatores biológicos individuais, ignorando o sujeito em comunicação como agente social que modifica suas ações, reações e interpretações levando em conta estímulos, valores morais e mais uma série de fatores individuais e coletivos.

Em seu artigo “Neuropolítica: o papel das emoções e do inconsciente”, primeiramente Lavareda faz um resumo da evolução da abordagem das emoções e do inconsciente na psicologia e nos estudos recentes da neurociência e, do mesmo modo, condensa o espaço que esses tópicos ocupam nas principais teorias do século XX – que procuraram explicar o comportamento político, com ênfase no voto –, o autor apresenta quatro vertentes analíticas do campo que pode ser denominado de neuropolítica: a política entendida como disputa moral; o modelo de inteligência afetiva; a avaliação das estratégias emocionais das campanhas; e a mensuração direta das respostas emocionais e inconscientes a estímulos políticos. Na última etapa, o artigo apresenta a síntese dos resultados preliminares do estudo, pioneiro no Brasil, de caráter experimental, que, usando eletroencefalografia¹⁸ e eye tracker¹⁹, buscou avaliar as respostas psiconeurofisiológicas de um grupo de eleitores da classe C diante de imagens dos candidatos presidenciais na eleição de 2010 (Lavareda, 2011).

Na eleição presidencial de 2010 foi realizado, ao que se sabe, o primeiro experimento com essa técnica no Brasil no campo da Neuropolítica. Essa investigação, cujo relatório ainda não está concluído, buscou testar e validar parâmetros psicométricos, biométricos e neurométricos que pudessem avaliar a capacidade de influência de apoios e transferência de afetividade a candidatos (Lula/ Dilma; Marina/ Dilma; Marina/ Serra).

No primeiro turno daquela eleição presidencial, a pergunta obrigatória era: qual o grau de “transferência” afetiva do presidente Lula para sua candidata Dilma Rousseff, até então desconhecida e pouco carismática? No segundo turno, a questão que emergiria era: a qual dos dois candidatos restantes (Dilma e Serra) poderiam ser transferidos com maior facilidade os 19,33% da votação que Marina Silva, candidata do PV, obtivera no primeiro turno?

18 O EEG (Eletroencefalógrafo) permite o monitoramento da atividade das ondas cerebrais produzidas pelo córtex, permitindo identificar com excelente resolução temporal (um milésimo de segundo) as emoções – positivas e negativas – a cada momento. (LAVAREDA, 2011, p. 25).

19 O Eye Tracker monitora a direção do olhar (tempo e trajetória) e o envolvimento emocional com estímulos testados. (LAVAREDA, 2011, p. 26).

Para tanto, foram estudadas as principais regiões cerebrais responsáveis pelas áreas da emoção e cognição, considerando estímulos ligados aos temas em questão, e analisado o sistema da memória associativa visando observar o poder da capacidade de associação e fixação entre o candidato e líderes que o apóiam.

O estudo foi concebido a partir da hipótese de que a presença de emoções suscitadas por lideranças de peso pode induzir à alteração do comportamento emocional do eleitor diante do candidato por elas apoiado, potencializando ou minimizando emoções positivas e negativas, que podem ser transferidas de um personagem político para o outro. Do ponto de vista das hipóteses neurofisiológicas, considerou-se que Política é um tema relacionado a modelos de julgamento e tomadas de decisão usados para regular e ativar os processos emotivos, tendo como regiões cerebrais envolvidas: o córtex órbito-frontal; o córtex pré-frontal ventro-medial; e a área do cíngulo anterior e posterior. (LAVAREDA, 2011).

CAPÍTULO III

ANTECEDENTES DA POLÍTICA CUIABANA

Analizando as eleições para prefeito em Cuiabá, a partir da primeira eleição (1985) após o período de redemocratização, podemos observar um melhor desempenho dos partidos de centro-direita, em especial do PSDB (ver tabela 1), que elegeu Roberto França duas vezes (1996 e 2000), assim como Wilson Santos (2004 e 2008). O predomínio do PSDB no período de 1996 a 2002 se dá em parte pela força que o partido tinha em todo o Estado de Mato Grosso, tendo em seu quadro o então Governador Dante Martins de Oliveira, que já havia sido prefeito da capital nos anos 1985 e 1992, respectivamente pelo PMDB e PDT. Dado importante a se frisar é o fato do PT não ter conseguido até então emplacar um candidato de seu partido para a prefeitura de Cuiabá.

Tabela 1 –Prefeitos de Cuiabá após o período de redemocratização

ANO	CANDIDATO	PARTIDO	VOTOS	%
1985	Dante Martins de Oliveira	PMDB	-	-
1988	Frederico Campos	PFL	-	-
1992	Dante Martins de Oliveira	PDT	-	-
1996	Roberto França Auad	PSDB	103.312.000	56,36
2000	Roberto França Auad	PSDB	137.441.000	55,74
2004(1ºt)	Wilson Pereira do Santos	PSDB	99.920.000	36,18
	Alexandre Luis Cesar	PT	92.647.000	33,56
2004 (2ºt)	Wilson Pereira do Santos	PSDB	142.280.000	52,85
2008 (1ºt)	Wilson Pereira do Santos	PSDB	141.327.000	47,92
	Mauro Mendes Ferreira	PR	78.415.000	26,59
2008(2ºt)	Wilson Pereira do Santos	PSDB	175.038.000	60,47

Fonte: TRE-MT

Podemos observar o domínio dos partidos de centro-direita também na Câmara Municipal de Cuiabá. Novamente o PSDB se destaca ao analisarmos as legislaturas no período de 1997 à 2016.

Tabela 2 – Vereadores Eleitos e Partidos Políticos Cuiabá - MT

LEGISLATURA							
PARTIDOS	1997 - 2000	2001 – 2004	2005 - 2008	2009 – 2012	2013 – 2016	TOTAL	(%)
PSDB	4	5	3	4	3	19	18,63
PTB	4	2	1	1	4	12	11,76
PDT	5		1	2	2	10	9,80
PMDB	2	3	1	2	2	10	9,80
PSB	2	2	1		3	8	7,84
PT			3	1	2	6	5,88
PFL	1	2	2			5	4,90
PPS		2	2	1		5	4,90
PP			2	3		5	4,90
PMN	1	2	1			4	3,92
PR				2	1	3	2,94
PRTB				2	1	3	2,94
PPB	1	1				2	1,96
PV			1		1	2	1,96
PSD					2	2	1,96
PRP					2	2	1,96
PL	1					1	0,98
PRB				1		1	0,98
PT do B					1	1	0,98
PSC					1	1	0,98

Fonte: TRE-MT

O partido Tucano, no período analisado, conseguiu eleger 19 vereadores para a Câmara Municipal de Cuiabá, o que representa 18,63% do total de vereadores eleitos, sendo o partido que mais elegeu. Logo em seguida vem o PTB, com 12 vereadores (11,76%). PDT e PMDB obtiveram 10 vereadores (9,80%) cada um.

3.1 Os prefeitos de Cuiabá após o período de redemocratização

3.1.1.1 Dante Martins de Oliveira

O primeiro chefe do executivo da capital mato-grossense após o período de redemocratização foi Dante Martins de Oliveira, eleito prefeito de Cuiabá pelo PMDB, cargo do qual se afastou entre 28 de maio de 1986 e 2 de junho de 1987 quando foi ministro da Reforma Agrária do governo de José Sarney, durante este período Cuiabá foi administrada pelo vice-prefeito Estevão Torquato da Silva.

Ao término de seu mandato, Dante Martins de Oliveira ingressou no PDT e foi candidato a deputado federal em 1990, porém não obteve êxito. No entanto em 1992, foi eleito para o seu segundo mandato como prefeito de Cuiabá, cargo ao qual renunciou em 1994, meses antes de ser eleito governador de Mato Grosso. Após divergências internas com seu partido, ingressou no PSDB e foi reeleito governador em 1998. Ao final do seu segundo mandato de Governador, concorreu ao cargo de senador, no entanto acabou não se elegendo.

Em 2006 Dante se articulava para disputar mais um mandato de deputado federal, porém antes disso veio a falecer em Cuiabá vítima de uma pneumonia, em um quadro agravado pelo diabetes.

3.1.1.2 Estevão Torquato da Silva

Estevão Torquato da Silva formou-se em odontologia pela Faculdade Fluminense de Medicina e se tornou oficial-dentista pela Escola de Saúde do Exército. Estudou Economia na Faculdade de Ciências Econômicas de Mato Grosso e fez estágio na Universidade de San Diego. Dirigiu a Escola Técnica Federal de Mato Grosso e foi diretor financeiro das Centrais Elétricas Matogrossenses (CEMAT).

Eleito vereador em Cuiabá e deputado estadual em 1978, foi também presidente do Mixto Esporte Clube. Eleito vice-prefeito de Cuiabá em 1985, assumiu o cargo titular quando Dante de Oliveira ocupou o Ministério da Reforma Agrária no governo José Sarney.

3.1.1.3 Frederico Carlos Soares Campos

Frederico Carlos Soares Campos, mais conhecido como Frederico Campos, foi Prefeito por duas vezes da cidade de Cuiabá, secretário de Estado e governador de Mato Grosso entre 1979 e 1983, bem como o primeiro governador após a divisão do Estado.

Frederico Campos foi nomeado prefeito de Cuiabá pelo governador Pedro Pedrossian no período entre 1967 e 1969. Secretário de Obras no governo Garcia Neto (1975-1978), foi indicado governador de Mato Grosso em 1978 pelo presidente Ernesto Geisel, sendo o primeiro a ocupar o cargo após a divisão do estado determinada por lei. Frederico Campos contava ainda com a influência de seu tio para ascender ao cargo, visto que ele era o comandante do II Exército à época.

Em 1988, venceu sua primeira eleição direta ao ser eleito prefeito de Cuiabá pelo PFL. Em 2006 disputou, sem sucesso, um mandato de deputado estadual pelo PTB.

3.1.1.4 Roberto França Auad

Roberto França iniciou a carreira política na década de 70 elegendo-se vereador na capital de Mato Grosso após ganhar projeção como comentarista esportivo no rádio. Na mesma época, ele presidiu o Legislativo cuiabano, chegando em seguida a Assembléia Legislativa, onde também foi presidente e primeiro-secretário.

Em 1988, França perdeu a eleição para prefeitura de Cuiabá para Frederico Campos. Dois anos depois, em 1990, se elegeu deputado federal, sendo reeleito em 1994. Em 1996, ele chegou finalmente ao palácio Alencastro sendo vitorioso novamente em 2000. Roberto França foi cerceado, em 2002, do sonho de ser governador de Mato Grosso. Ele liderava as pesquisas de opinião com mais de 50% das intenções de voto, mas foi impedido dentro do PSDB de ser candidato. O então senador Antero Paes de Barros (PSDB) foi o candidato tucano ao Governo. Insatisfeito com o patrolamento, França deixou o PSDB e aderiu ao PPS, mas não foi candidato e acabou apoiando Blairo Maggi (PR).

França deixou a prefeitura em 2004 com os salários do funcionalismo atrasados. Apesar da falha administrativa, ele foi o administrador que mais executou obras na história da capital com mais de 1,2 mil edificações nos oito anos de gestão.

3.1.1.5 Wilson Pereira Dos Santos

Wilson Pereira dos Santos formou-se em Direito pela Universidade Federal de Mato Grosso. Também foi professor do ensino médio de Cuiabá. Desempenhou função na Secretaria Municipal de Serviços Públicos de Cuiabá, antes de se eleger pela primeira vez para vereador de Cuiabá em 1988 pelo PMDB. Renunciou a este mandato quando foi eleito em 1990, desta vez pelo PDT, para deputado estadual, e reeleito em 1994.

Em 1998 elegeu-se deputado federal novamente pelo PMDB. Em 2000 concorreu pela primeira vez a prefeitura de Cuiabá, obtendo o terceiro lugar.

Reeleito deputado federal em 2002 pelo PSDB se licenciou para concorrer novamente à prefeitura de Cuiabá em 2004. No segundo turno, Wilson Santos foi eleito.

Em 2008, em eleição novamente decidida no segundo turno, foi reeleito prefeito. Em Março de 2010, Wilson Santos, com altos índices de rejeição, renunciou ao mandato de prefeito para concorrer ao Governo de Mato Grosso pelo

PSDB, porém acabou tendo um desempenho muito fraco nas urnas, nem chegando ao menos ao segundo turno. Atualmente Wilson Santos, indicado por Aécio Neves, desde 2011, ocupa o cargo de Conselheiro da estatal Elétrica de Minas Gerais, CEMIG.

3.1.1.6 Francisco Galindo Filho

Francisco Bello Galindo Filho (PTB), mais conhecido como Chico Galindo, nasceu em Martinópolis-SP, no dia 28 de junho de 1956. Chico Galindo é empresário e político, sendo prefeito da cidade de Cuiabá, após Wilson Santos (PSDB) ter renunciado ao cargo de prefeito para disputar o governo do Estado em 2010. Após ser empossado prefeito, Galindo pôs em prática, vários projetos que desagradaram à população cuiabana e o levaram a uma rejeição recorde na história política da cidade, fato este que acabou tornando impossível a sua disputa pela reeleição.

Em dois anos, Galindo conseguiu realizar mudanças consideradas drásticas, sendo a mais lembrada, a concessão dos serviços de água e esgoto da Capital - Sanecap, ocorrida em 2012, onde uma empresa paulista, a CAB Ambiental, assumiu a administração do fornecimento de água de Cuiabá.

3.1.1.7 Mauro Mendes Ferreira

Mauro Mendes nasceu em Anápolis e mudou-se para Cuiabá aos 16 anos. Formou-se em engenharia elétrica e fundou a Bimetal, fabricante de torres de telecomunicações. Por seis anos, foi o presidente da Federação das Indústrias do Estado de Mato Grosso, chegando a ser vice-presidente da Confederação Nacional da Indústria.

Em 2008, disputou as eleições para prefeito de Cuiabá e não conseguiu ser eleito. Em 2010, também disputou a eleição para o governo e perdeu a disputa para

Silval Barbosa. Eleito em 2012 pelo PSB, venceu o pleito em segundo turno com 169.688 votos (54,65%), tendo como propostas de campanha a criação de distritos industriais, a implementação de incentivo fiscal para atrair empresas e a construção de um novo pronto-socorro e um centro de saúde especializado para crianças e mulheres. Em suas propostas de campanha Mendes também defendeu a construção 15 mil casas populares e a capacitação de 40 mil trabalhadores nos quatro anos de seu mandato.

3.2 As eleições municipais de 2008 e os quatro anos de governo

“Foi péssima! Péssima administração. Cuiabá parou, ninguém sabe falar algo bom que aconteceu aqui nesse período de quatro anos que esses dois [Wilson e Galindo] ficaram no poder!”. (P1G1²⁰)

Devemos fazer uma análise mais detalhada das eleições de 2008 e os quatro anos de governo, pois tiveram forte influência no quadro das eleições de 2012, tendo em vista que o então prefeito de Cuiabá, Wilson Santos (PSDB), após eleito, renunciou ao cargo para disputar como candidato a governador de Mato Grosso nas eleições de 2010.

Depois de liderar as pesquisas desde o início da campanha, o então prefeito de Cuiabá (MT), o tucano Wilson Santos, se reelegeu na disputa para prefeito de Cuiabá no segundo turno, derrotando Mauro Mendes (PR), contra quem já tinha levado vantagem na votação do primeiro turno, com 47% dos votos (contra 26% do adversário). De um lado da disputa estava Santos, que pôde contar com o apoio da máquina municipal na sua campanha de reeleição. De outro lado, Mendes, empresário, candidato do então governador Blairo Maggi (PR) e da base de apoio do presidente Lula.

Já nas primeiras pesquisas de intenção de voto do segundo turno, Santos aparecia com larga vantagem. Na primeira pesquisa depois da votação do primeiro

20 Visando o sigilo relacionado às questões éticas, os participantes dos grupos focais serão identificados por número e grupo. Dessa forma, P1G1 significa Participante 1 do Grupo Focal 1, e assim sucessivamente.

turno, ele abriu 20 pontos de vantagem em relação ao oponente. Santos que integrou chapa composta por 12 partidos, acabou reeleito com 175.038 votos, o que representou 60,47%.

Durante a campanha, o prefeito pediu votos alegando que "com a casa arrumada, é hora de avançar ainda mais na consolidação da capital como pólo de desenvolvimento sustentado, capaz de garantir a qualidade de vida que todos desejam". Sua campanha apostava também no equilíbrio das contas do município e na continuidade das obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) na cidade para conquistar a reeleição.

Em sua campanha para o segundo turno, Wilson Santos, recebeu reforço de lideranças tucanas, entre elas do ex-governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, da senadora por Mato Grosso do Sul, Marisa Serrano, e do vereador mais votado de São Paulo, Gabriel Chalita.

Durante todo o segundo turno, a campanha foi tensa, marcada por trocas de denúncias e acusações entre os dois candidatos. Outro ponto que marcou esta eleição foi a distribuição de panfletos apócrifos por toda a capital contra o prefeito Wilson Santos e seu vice Chico Galindo (PTB).

O candidato adversário Mauro Mendes não assumiu a autoria enviando, inclusive, uma carta de repúdio contra os ataques pessoais que tomaram conta do município.

No decorrer de toda a campanha eleitoral, o candidato Mauro Mendes sempre alegava que Wilson Santos, caso eleito, não iria cumprir os 04(quatro) anos de mandato, deixando o Palácio Alencastro no meio do mandato para disputar a eleição para Governador em 2010. O candidato tucano era enfático ao rebater tal afirmação, no entanto, após eleito, Wilson Santos de fato deixou o cargo de prefeito em 2010 para disputar a eleição de governador.

O desempenho de Wilson Santos na disputa para o cargo de governador foi pífio, com alto índice de rejeição na capital mato-grossense, muito pelo fato da sua

renúncia ao cargo de prefeito²¹, não conseguindo nem ao menos chegar ao segundo turno.

Chico Galindo (PTB), vice-prefeito, assumiu o Palácio Alencastro²² em meio a uma crise institucional, com as obras do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) embargadas pela justiça e alto índice de rejeição da gestão Wilson Santos/Chico Galindo

Em sua gestão, Chico Galindo, pôs em prática, vários projetos que desagradaram à população cuiabana e o levaram a um índice de rejeição recorde na história política da cidade, fazendo com que o nome dele se tornasse inviável à disputa para prefeitura de Cuiabá em 2012.

Em dois anos, Chico Galindo conseguiu realizar mudanças de impacto, dentre elas, a concessão dos serviços de água e esgoto da Capital - SANECAP, ocorrida em 2012, onde uma empresa paulista, a CAB Ambiental, assumiu a administração do fornecimento de água de Cuiabá. Apesar de faturamento recorde, a empresa ainda não conseguiu resolver o problema do fornecimento de água e do saneamento básico da capital.

A aprovação do projeto de concessão dos serviços de água pela Câmara de Cuiabá motivou inúmeros protestos da população, onde em alguns casos se fez necessária a intervenção da Polícia Militar.

Chico Galindo tomou várias outras medidas impopulares, como investir R\$ 3,6 milhões para que Cuiabá fosse tema do samba enredo da Escola de Samba Estação 1ª de Mangueira no carnaval 2013 do Rio de Janeiro, bem como a venda de terrenos públicos, quando deixou propositalmente que o procurador do Município, Fernando Biral, assumisse interinamente o cargo de Prefeito e enviasse ao Legislativo, na ocasião, Projeto de Lei que permitia a venda de quatro terrenos públicos da Capital.

21 O mote da campanha adversária nas eleições de 2008 era justamente a possível renúncia do candidato Wilson Santos, se eleito fosse, para disputar as eleições de 2010 para o governo do Estado.

22 Sede da prefeitura de Cuiabá.

A venda dos terrenos públicos gerou polêmica pois as áreas não possuíam valores especificados no projeto e também não constavam da planta o detalhamento da respectiva localização. Logo em seguida veio a público que os lotes a serem comercializados incluíam áreas nobres e outras em valorização.

Ao final de seu mandato, Chico Galindo, aumentou em 25% o Imposto Predial e Territorial Urbano – IPTU, bem como encaminhou para a Câmara Municipal a mensagem de aumento do salário para o próximo prefeito, secretariado e cargos de Direção e Assessoramento Superior – DAS. Tais atos seriam de comum acordo com Mauro Mendes (PSB), que assumiu a prefeitura de Cuiabá em 2013.

CAPÍTULO IV

A ELEIÇÃO DE 2012

4.1 Contexto

O contexto da eleição para a prefeitura de Cuiabá em 2012 se mostrou atípico e emblemático. Como Chico Galindo (PTB), prefeito à época, não disputou a reeleição - primeiro caso de renúncia à candidatura na Capital após a lei que permite concorrer a outro mandato consecutivo - não podemos avaliar a teoria de Fiorina (1981), de que, mesmo que o eleitor seja prospectivo(voltado para o futuro), a avaliação de desempenho da primeira gestão do candidato à reeleição é uma das variáveis mais confiáveis e relevantes para explicar o voto.

Levando em conta medidas impopulares e ao alto índice de rejeição²³ (avaliado em survey que realizamos nas vésperas da eleição do segundo turno com uma amostra de 600 entrevistados), como já ressaltamos anteriormente - apesar das tentativas de seu partido para uma possível candidatura- somente em maio, Chico Galindo anunciou sua desistência à candidatura por "motivos de ordem pessoal", mas não especificou quais. Quando da sua desistência oficial, Chico Galindo pediu compreensão aos "companheiros de legenda", alegando que, em momento algum, desde quando começaram as articulações para definir a participação do PTB no processo, disse que seria candidato. No entanto era sabido nos bastidores que Chico Galindo tentava articular sua candidatura, porém sem êxito.

Em âmbito nacional, a presidenta Dilma (PT) apresentava altos índices de popularidade. Especificamente em Cuiabá, em nosso *survey*, a presidenta apresentou um índice de aprovação de 91,8%²⁴, enquanto que o governador Silval Barbosa (PMDB) apresentou índice de popularidade de 61%²⁵.

23 Em nosso survey, Chico Galindo apresentou um índice de rejeição de 67%, divididos em 11,5% regular negativo, 17,3% ruim e 38,2% péssimo.

24 A presidenta apresentou os seguintes índices: 20,7 % regular positivo, 55,3% bom e 15,8% ótimo.

25 O governador de Mato Grosso apresentou os seguintes índices: 30,0 % regular positivo, 28,0% bom e 3,0% ótimo.

4.2 Candidatos

Na eleição de 2012, Cuiabá teve seis candidatos concorrendo à sucessão do prefeito Chico Galindo (PTB), no Palácio Alencastro. Foram homologados pelas respectivas convenções partidárias, os candidatos Mauro Mendes (PSB), Lúdio Cabral (PT), Guilherme Maluf (PSDB), Carlos Brito (PSD), Procurador Mauro (PSOL) e ainda Adolfo Grassi (PPL).

Mauro Mendes (PSB) liderou a coligação “Um novo caminho para Cuiabá” que contou com o apoio do PDT, PR, PPS e PV. Como candidato a vice-prefeito, Mauro Mendes contou com o ex-secretário de Cultura do Estado, o deputado estadual João Malheiros (PR). A coligação de Mendes contou com 110 candidatos a vereador.

Dentre as lideranças do arco de alianças de Mendes, estavam o senador Pedro Taques (PDT), bem como o ex-governador e senador Blairo Maggi (PR).

O vereador Lúdio Cabral (PT) foi o que mais surpreendeu no quesito alianças. Ele tentou convencer Pedro Taques (PDT) para que formasse uma composição, mas não obteve êxito. Sozinho, sem conseguir sequer um partido para apoiá-lo, já falava em “chapa pura”. Porém, surpreendeu ao ser anunciado como candidato da coligação “Cuiabá/Mato Grosso/Brasil”, que contava com o PMDB do governador Silval Barbosa e do vice-presidente da República, Michel Temer.

Lúdio Cabral teve ao seu lado o advogado Francisco Faiad (PMDB), ex-presidente da OAB-MT, como candidato a vice-prefeito. A coligação “Cuiabá/Mato Grosso/Brasil” lançou 58 candidatos a vereador.

O deputado estadual Guilherme Maluf (PSDB) liderou a coligação “Cuiabá pra você”, composta também por PRP, PT do B, PP, PMN e DEM.

A idéia de Maluf era levar para a disputa a esposa do ex-prefeito Roberto França (DEM), Iraci França (DEM), que não aceitou a composição. O advogado João Celestino (DEM), acabou compondo a vice da coligação que contou com 120 candidatos a vereador.

Dentre as lideranças políticas que apoiaram Maluf, estavam o senador Jayme Campos (DEM), e os deputados federais Júlio Campos (DEM) e Pedro Henry²⁶(PP).

O candidato a prefeito pelo PSD, Carlos Brito, e o candidato a vice-prefeito Paulo Roberto Alves (PSD), encabeçaram a coligação denominada “Sentimento Cuiabano”, que contou com 9 (nove) partidos (PSD, PCdoB, PSDC, PSC, PRTB, PHS, PTN, PSL e PTC). A coligação lançou o total de 128 candidatos à Câmara Municipal, divididos em três chapas proporcionais. O PSD tem como principal líder no estado de Mato Grosso o deputado estadual e presidente da Assembléia Legislativa, José Riva.

O PSOL foi o primeiro a realizar as convenções no dia 19 de junho de 2012. O partido lançou, mais uma vez, Mauro César Lara de Barros, mais conhecido como Procurador Mauro, para a disputa. Ele concorreu com uma chapa pura, denominada “Socialismo e Liberdade” que contou com José Roberto Cavalcante como candidato a vice prefeito e mais 7 (sete) candidatos ao Legislativo municipal.

4.3 Campanha e resultados

O candidato Mauro Mendes (PSB) chegou às convenções partidárias como líder absoluto nas intenções de voto para prefeito de Cuiabá, conforme apontava mais uma rodada de pesquisa²⁷ de intenção de voto do Instituto Mark, realizada nos dias 27 e 28 de junho de 2012. Em um cenário com 6 possíveis candidatos, já que ainda não havia sido definido o quadro oficial de candidatos, o nome de Mauro Mendes figurava com 43,7% das intenções de voto. Numa projeção de votos válidos, o socialista chegaria a 60,8%. Pelos dados apresentados pela pesquisa, à época, Mendes ganharia no primeiro turno. O empresário que havia crescido 2 pontos percentuais nos 30 dias anteriores, chegava forte para reta final de pré campanha.

26 Pedro Henry foi condenado pelo Supremo Tribunal Federal (STF), no dia 26 de novembro de 2012, no processo do mensalão por corrupção passiva e lavagem de dinheiro. Sua pena foi de 7 anos e 2 meses, além de uma multa no valor de R\$ 932.000,00. Sobre o tema, ver <www.g1.globo.com/politica/mensalao/noticia/2012/11/supremo-define-pena-de-pedro-henry-7-anos-e-2-meses.html>. Acesso em: janeiro 2013.

27 Os pesquisadores ouviram 590 eleitores de 88 bairros da capital mato-grossense. A margem de erro era de 4,5% para mais ou para menos.

Os demais candidatos estavam com menos de 11 pontos percentuais nas intenções de voto.

O deputado estadual Guilherme Maluf (PSDB) contava com 10,3% (14,4% de votos válidos). O vereador petista Lúdio Cabral vinha logo em seguida com 9% (12,5% de votos válidos), enquanto o ex-deputado Carlos Brito (PSD) e Mauro de Lara, o procurador Mauro (PSOL), detinham 3,2%. O ex-vereador Totó Parente (PMDB), que não chegou a ser candidato, aparecia como último colocado com apenas 2,4%, o que representava 3,3% de votos válidos.

Após definidas as candidaturas nas convenções partidárias, Mauro Mendes se tornou alvo de ataques dos seus opositores, muito devido ao fato de continuar liderando as pesquisas de intenção de voto com larga vantagem no início da campanha eleitoral oficial, que começou no dia 06 de julho de 2012.

Dentre os ataques feitos a Mendes, estava o de que ele iria abandonar o cargo de prefeito para disputar a eleição para governador de Mato Grosso em 2014, como havia feito o ex-prefeito de Cuiabá, Wilson Santos (PSDB). O candidato Guilherme Maluf (PSDB) chegou a registrar em cartório o compromisso de que cumpriria seu mandato, caso eleito, na íntegra.

Mendes ironizou as críticas de seu adversário Guilherme Maluf (PSDB), tendo em vista que Maluf apesar de deputado estadual, estava concorrendo a prefeito de Cuiabá.

A minha palavra sempre valeu por todos os lugares onde passei. O Maluf assumiu, há dois anos, o compromisso de ser deputado por quatro anos. Então, é por isso que ele deve estar registrando em cartório [...]. O partido dele tem históricos de não concluir o mandato; aconteceu em São Paulo e aqui, com o Wilson Santos. (Afirmção do então candidato Mauro Mendes, reproduzida em 25/07/2012. Disponível em: www.rdnews.com.br).

As principais propostas de campanha apresentadas por Mauro Mendes estavam voltadas para as áreas da saúde e segurança. Ele defendeu a construção de um novo Pronto-Socorro Municipal na capital e a transformação da atual unidade de saúde em um centro especializado para atender mulheres e crianças. Também propôs a construção de 40 creches e 15 mil novas casas populares nos próximos quatro anos.

Enquanto isso, Lúdio Cabral (PT) afirmava que, caso fosse eleito, iria rescindir o contrato de concessão dos serviços de água e esgoto com a CAB Ambiental²⁸. A empresa havia assumido a gestão da Sanecap (Companhia de Saneamento da Capital), em fevereiro de 2012, com contrato previsto para 30 anos. Lúdio colheu frutos ao defender a rescisão, conforme mostra o fragmento abaixo:

O único que foi contra a privatização da Sanecap foi ele, o Lúdio. Ele vai ser bom, eu vejo pela conversa dele. (P10G8)

Com base no alinhamento político com a presidenta Dilma Roussef (PT), o petista afirmava ainda que, se eleito, já no primeiro ano de seu governo seria possível resolver o problema de abastecimento de água da capital.

É perfeitamente possível conseguirmos, com o apoio da presidente Dilma Rousseff, todos os recursos necessários para o saneamento. Há muito dinheiro disponível para o setor e é possível, já no primeiro ano de governo, resolver o problema da água e, em quatro anos, o do tratamento de esgoto. (Afirmção do então candidato Lúdio Cabral, reproduzida em 17/07/2012. Disponível em: www.midianews.com.br)

O candidato Carlos Brito (PSD), tentou pautar sua candidatura em elementos com forte apelo popular. Oriundo do movimento comunitário, Carlos Brito, que foi presidente do bairro Parque Cuiabá, também investiu no movimento religioso, já que escolheu como vice o pastor evangélico Paulo Roberto (PSD), da Igreja Assembleia de Deus.

Com uma campanha tímida, que não chegou a ganhar as ruas de forma intensiva, o candidato se dedicou a reuniões fechadas, e trabalhou para assegurar o apoio de associações de moradores e sindicatos.

Algumas frases proferidas com frequência nos eventos de sua candidatura, afirmavam que ele era “um candidato que saiu dos bairros para o centro”, “prefeito comunitário” e “a vez dos bairros chegou” revelaram o tom da sua campanha.

28 Empresa que venceu a concessão dos serviços de água e esgoto de Cuiabá por um período de 30 anos.

O socialista, Procurador Mauro (PSOL), se colocava na condição de alternativa ao modelo fisiologista e paroquialista, que segundo ele imperava na política cuiabana. Afirmava ainda que os candidatos apresentados pelos partidos grandes, não representavam mudança, já que contavam com o apoio de políticos que já estavam no poder.

Adolfo Grassi, candidato pelo PPL, se apresentou como um sindicalista que representava, em Mato Grosso, a tradição do antigo Movimento Revolucionário 8 de Outubro – MR8, que se destacou na luta contra a ditadura militar, no Brasil.

Com o início do HGPE (horário gratuito de propaganda eleitoral), em 21 de agosto, a disputa começou a se acirrar e as estratégias dos candidatos começaram a se desenvolver nas direções que começamos a expor.

Em seus primeiros programas eleitorais, os candidatos se apresentaram seguindo o seguinte roteiro: apresentação pessoal, com histórico de vida e participação de membros da família e mensagens conceituais sobre o porquê da pretensão de comandar a Capital e suas prioridades.

De modo geral, os quatro candidatos que se apresentavam à frente nas pesquisas de intenção de voto no começo do HGPE – Guilherme Maluf (PSDB), Lúdio Cabral (PT), Mauro Mendes (PSB) e Carlos Brito (PSD), que se apresentaram nesta ordem de veiculação – seguiram o script e cumpriram, a contento, o papel de tentar convencer os eleitores de que são capacitados, bem intencionados e, principalmente, compromissados em reverter os muitos problemas de Cuiabá.

Guilherme Maluf (PSDB), fez um link com o maior líder tucano de Mato Grosso, o ex-governador Dante de Oliveira, falecido em 2006, e , segundo o candidato, o responsável por preparar o Estado para o crescimento.

Na sequência, o tucano trouxe os pais, a esposa, os filhos e reforçou, numa imagem convincente, o interesse em “cuidar das pessoas”. Foram usadas imagens fotográficas do início de sua carreira como médico. O currículo político também foi explorado, com sua trajetória de vereador e deputado estadual em segundo mandato.

No fechamento, um jingle mostrando caras e sorrisos, em um refrão que tentou popularizar a imagem do tucano: “Guilherme é do povo”.

O candidato Lúdio Cabral (PT), logo de cara já deu o tom de sua campanha em seu programa eleitoral. O petista defendeu a importância do “alinhamento” entre Prefeitura, Governo do Estado e Governo Federal.

O candidato se propôs a associar a si as imagens do governador Silval Barbosa (PMDB), da presidente Dilma Rousseff e do ex-presidente Lula, ambos do PT. Lúdio Cabral tentou transmitir os benefícios que Cuiabá poderia ter com o “alinhamento”, tendo as três esferas executivas trabalhando para resolver as demandas da capital de Mato Grosso.

Lúdio Cabral também elegeu a saúde como mote principal de sua campanha. O candidato trazia ainda um tom emotivo aos seus discursos, tentando se apresentar como um homem “do povo”, acessível, ao contrário do que afirmava sobre o seu principal concorrente, o candidato Mauro Mendes (PSB)

Mauro Mendes (PSB), com o objetivo de desconstruir uma imagem de empresário bem sucedido distante da grande massa, contou sua origem humilde e explorou a mensagem de que o trabalho transformou sua vida. Afirmou, por exemplo, que trabalhou desde criança e chegou a vender picolés, e se dedicou aos estudos para chegar onde chegou.

Como não poderia deixar de fazer, usou as imagens dos dois líderes políticos que o apoiam, os senadores Blairo Maggi (PR) e Pedro Taques (PDT) que, aliás, foram “figurinhas carimbadas” em praticamente todos os programas.

Em seu programa eleitoral, Carlos Brito (PSD) fez um retrospecto de suas raízes políticas, no movimento comunitário, e usou imagens fortes para ilustrar o “compromisso do candidato com as causas populares”. Em uma das cenas de arquivos, a tropa de choque da PM aparecia agindo para por fim a uma invasão, em Cuiabá. Na sequência, Brito ainda jovem apareceu defendendo o movimento popular e revelando o início de sua liderança comunitária (e os primeiros passos de sua carreira política).

Apesar dos ataques de seus adversários, Mauro Mendes se manteve na ponta em todas as pesquisas realizadas pelo IBOPE no primeiro turno (tabela 3).

Tabela 3 - Evolução das Intenções de voto para os candidatos a prefeito de Cuiabá – MT: 1º Turno (2012).

Intenção de Voto	27 de ago	14 de set	06 de out
Mauro Mendes (PSB)	47,00%	38,00%	43,00%
Lúdio Cabral (PT)	14,00%	29,00%	36,00%
Guilherme Maluf (PSDB)	8,00%	6,00%	4,00%
Carlos Brito (PSD)	4,00%	3,00%	3,00%
Procurador Mauro (PSOL)	4,00%	3,00%	3,00%
Adolfo Grassi (PPL)	1,00%	0,00%	0,00%
Branco e Nulos	12,00%	8,00%	4,00%
Indecisos	11,00%	13,00%	7,00%

Fonte: Ibope. Pesquisas: 00149/2012 (27 ago. 2012); 00250/2012 (14 set. 2012); 00647/2012 (06 out.

Com a consolidação de Mauro Mendes em primeiro lugar, se esperava uma disputa acirrada entre Lúdio Cabral (PT), Guilherme Maluf (PSDB) e Carlos Brito (PSD) para ver quem ficaria em segundo e disputaria um possível segundo turno. Porém, a ascensão de Lúdio Cabral (PT) nas pesquisas foi impressionante. O petista saiu dos 14% no final de agosto para 36% no começo de outubro, enquanto Guilherme Maluf (PSDB) caiu de 8% para 4% e Carlos Brito (PSD) que não conseguiu cair no gosto da população cuiabana, chegou na ultima pesquisa com apenas 3%.

Ao final, a disputa se tornou eletrizante entre Mauro Mendes (PSB) e Lúdio Cabral (PT), quando alguns institutos de pesquisas chegaram a prever a vitória do petista. Nesta fala em um dos grupos focais²⁹ realizados durante a eleição, podemos observar como a população reagiu a ascensão de Lúdio Cabral:

“Foi uma caixinha de surpresas por que todo mundo tava esperando o segundo turno entre Mauro e Guilherme no começo. Aí o Lúdio foi

²⁹ O perfil desses grupos foi o seguinte: homens e mulheres, com idade entre 18 e 45 anos, das classes C e D.

crescendo, crescendo. Outra novidade foi o Procurador Mauro em terceiro lugar. Deixou os outros dois [Guilherme e Brito] pra trás!”. (P9G3)

Apesar do crescimento de Lúdio Cabral, Mendes venceu a eleição com 43,9% dos votos válidos, enquanto Lúdio obteve 42,3%, uma diferença de apenas 5.248 votos. O candidato do PSOL, Procurador Mauro, com 5,4% dos votos válidos, surpreendeu e acabou ficando em terceiro lugar, ultrapassando Guilherme Maluf (PSDB) e Carlos Brito (PSD) que perderam força no final da campanha.

Tabela 4 - Resultado da eleição para Prefeito de Cuiabá: 1º turno (2012).

Candidato	Partido	Situação	Votos Válidos	%
Mauro Mendes Ferreira	PSB	2º turno	137.125	43,956
Ludio Frank Mendes Cabral	PT	2º turno	131.877	42,273
Adolfo Grassi de Oliveira	PPL	Não eleito	611	0,196
Carlos Brito de Lima	PSD	Não eleito	11.107	3,56
Guilherme Antonio Maluf	PSDB	Não eleito	14.323	4,591
Mauro César Lara de Barros	PSOL	Não eleito	16.920	5,424

Fonte: TRE – MT

No segundo turno, a equipe do candidato Mauro Mendes (PSB), ganhou o reforço do ex-senador e marketeiro Antero Paes de Barros para cuidar da campanha juntamente com o cineasta e publicitário Bruno Bini.

A nova equipe de marketing, logo no primeiro programa eleitoral do segundo turno, promoveu alterações na estratégia de Mendes. Para tentar descolar da pecha de arrogante e de empresário mais preocupado com seu sucesso do que com a população, que foram trabalhadas pelo marketing do adversário, o programa de Mendes trabalhou mais fortemente a ideia de que o empresário teve origem humilde e “nunca se preocupou somente com ele”. A fala abaixo, retirada de um de nossos grupos focais, indica que a estratégia da equipe de Mauro Mendes funcionou.

“Veio de uma família humilde, foi picolezeiro, construiu, estudou, ficou rico desse jeito. Ele não precisa de dinheiro da prefeitura, de desviar verba... Ele quer trabalhar. Ele é o cara que vai decidir o futuro de Cuiabá”. (P7G5)

Foi mostrado ainda o depoimento de um funcionário da Bimetal³⁰, ex-dependente químico, que relatou ter recebido todo o apoio da empresa, e que teria recebido até mesmo um tratamento para combater o vício.

Mauro Mendes também apareceu rodeado de crianças, ao lado da esposa Virgínia, em uma escola do bairro Jardim Vitória, onde falou de suas propostas para a Educação. O candidato assinou o documento da Abrinq para ser um “Prefeito Amigo da Criança”. O programa também trouxe falas dos senadores Blairo Maggi (PR) e Pedro Taques (PDT) pedindo votos para o candidato.

Enquanto Mauro Mendes ressaltou que sua campanha foi vitoriosa, Lúdio Cabral, que chegou em segundo lugar, em seu primeiro programa eleitoral do segundo turno preferiu dizer que fez uma campanha “limpa, honesta e propositiva”.

Lúdio agradeceu o apoio das crianças e falou da emoção de receber esse apoio. Entre as propostas apresentadas, estava a vinda de programas do Governo Federal, como o Rede Cegonha, para Cuiabá.

O alinhamento com os governos estadual e federal continuou sendo a tônica da campanha petista, pois o programa trouxe falas do governador Silval Barbosa (PMDB) e de ministros do governo Dilma Rousseff (PT).

Durante a campanha eleitoral no segundo turno, ambos os lados trocaram acusações graves. Dentre outros ataques, o candidato Mauro Mendes (PSB) chegou a entrar com ação pedindo que a Justiça Eleitoral caçasse o registro de candidatura de Lúdio Cabral (PT). Ele acusou o adversário de ter comprado voto de duas eleitoras, por meio de contratação fictícia, como fiscais no dia da votação do primeiro turno³¹.

Outro golpe duro dado na campanha de Lúdio foi a exploração da suplementação orçamentária repassada pelo governo à Assembléia Legislativa em detrimento da falta de verbas para a Saúde. A crítica foi para o governador Silval

30 Empresa de propriedade do candidato Mauro Mendes, é uma das líderes no país no ramo de postes.

31 Fonte: Midia News. Disponível em: [HTTP://midianews.com.br/conteudo.php?sid=263&cid=137702](http://midianews.com.br/conteudo.php?sid=263&cid=137702). Acesso em: Outubro de 2012.

Barbosa (PMDB), mas com objetivo de afetar Lúdio, que contava com o apoio do chefe do executivo estadual.

Já Lúdio Cabral (PT), através de seu coordenador de campanha, o deputado estadual Alexandre César (PT), cobrou explicações ao adversário Mauro Mendes (PSB) sobre um cheque devolvido, no valor de R\$ 1,1 milhão³². O marketing de Lúdio tentou ainda, ligar o adversário Mauro Mendes (PSB) à gestão do ex-prefeito Wilson Santos (PSDB), usando como argumento a contratação do ex-senador pelo PSDB, Antero Paes de Barros, para a equipe de propaganda política, bem como a declaração de apoio de Chico Galindo (PTB) a Mendes.

Porém, dentre os ataques mútuos, o que chamou mais atenção no segundo turno, foi o episódio que ficou conhecido como “A minha é mais bonita”. Durante o primeiro intervalo do debate da TV Record, realizado no dia 22 de outubro de 2012, a psicóloga Ana Regina, esposa do petista, teria ido até o estúdio, passar informações e dar apoio a ele. Pouco antes do reinício do debate, ela deu um beijo em Lúdio, fato que teria incomodado Mendes. A esposa do petista afirmou que:

“Eu dei um beijo no meu marido, em sinal de apoio e carinho, e o candidato Mauro Mendes reclamou, disse que não era lugar para isso. Eu perguntei se ele estava incomodado. Ele respondeu que não, porque a esposa dele era mais bonita que eu.” (Afirmção de Ana Regina, esposa do então candidato Lúdio Cabral, reproduzida em 23/09/2012. Disponível em: www.rdnews.com.br).

Logo em seguida, Mendes negou o incidente, e afirmou que somente havia elogiado a própria esposa, sem ser ofensivo. “Eu apenas disse que achava minha mulher bonita. E acho mesmo, e amo muito a minha esposa”, disse o empresário.

O episódio tomou conta dos programas eleitorais seguintes e das ruas. A equipe de marketing do candidato petista explorou ao máximo o fato, tentando colar no candidato do PSB a imagem de desrespeitoso e soberbo. O ocorrido gerou

32 O cheque de número 650140, do Banco do Brasil, assinado pelo empresário e datado de 16 de setembro de 2010, foi dado à empresa Miguel Sutil Auto Posto, do ramo de combustíveis, em Cuiabá. Na ocasião, Mendes era candidato ao governo do Estado, quando perdeu para Silval Barbosa (PMDB).

diversos posicionamentos entre os eleitores. Em grupos focais realizados no segundo turno podemos observar diferentes posicionamentos sobre o caso em questão, como vemos a seguir:

“Não era pra tanto! O Lúdio aproveitou para ficar de vítima na história. Nenhum dos dois é santo nessa história, não!”. (P4G5)

“O Mauro enalteceu a família dele em busca de provocação. Falou que a mulher dele é mais bonita!”. (P8G5)

“Acho que isso mostra a falta de experiência e preparo dos dois candidatos. Podiam falar de coisa que vale mais a pena ouvir ali, naquele espaço. Eu não quero nem saber quem é a mulher mais bonita! Quero trabalho pela cidade!”. (P3G5)

“A minha é mais bonita que a mulher dos dois e pronto! Nem por isso tô brigando na televisão”. (P10G6)

“Não pegou bem pro Mauro. Um candidato tem que evitar, tomar cuidado até em respirar. Mas sei que a mulher do Lúdio provocou e mereceu a resposta”. (P1G7)

“A mulher de Lúdio fez uma brincadeira e recebeu uma resposta”. (P6G6)

“Não mudei minha opinião de voto, mas já ouvi gente falando que não sabe se vai votar no Mauro por causa disso”. (P3G6)

“Foi uma história de ofensa no debate. Teve a história da mulher dele. Tirando isso, ficaram brigando mais por pessoas que apoiam um e o outro. Briga por causa de nomes que estão com um e com outro. Proposta que é bom, nada”. (P2G7)

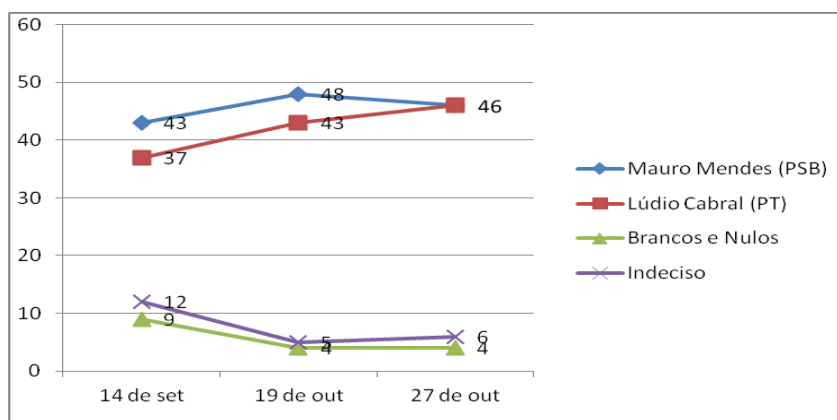
“O negócio do beijo promoveu o Lúdio como bonzinho, vítima. Acho que as mulheres cuiabanas vão ficar meio ruins com ele. Acho que não deveriam por que isso não é nem um pouco importante no perfil de prefeito da cidade que eu quero. Isso não tem nada a ver”. (P8G8)

“Achei que teve provocação do lado do Lúdio. A mulher dele respondeu. E como eles estão no meio de uma guerra, vale tudo!”. (P4G7)

“Essa propaganda de uma mulher falando que não é pra votar em Mauro por causa disso não tem nada a ver. É puro marketing”. (P7G7)

Em meio a este clima de acusações, a eleição para prefeito em Cuiabá foi se acirrando tanto no marketing agressivo dos candidatos quanto nas pesquisas eleitorais, onde podemos observar, assim como no final do primeiro turno, uma disputa muito apertada. O gráfico 1 mostra a evolução das pesquisas do IBOPE, referentes à intenção de voto do eleitorado cuiabano no segundo turno.

Gráfico 1. Evolução das Intenções de voto para os candidatos a prefeito de Cuiabá – MT: 2º Turno (2012)



Fonte Ibope. Pesquisas: 00250/2012 (14 set. 2012); 00680/2012 (19 out. 2012); 00707/2012(27 out 2012).

Em meio a um quadro que se apresentava empatado segundo as pesquisas de opinião que foram divulgadas nas vésperas da eleição, Mauro Mendes (PSB) venceu uma das eleições mais disputadas que os cuiabanos já viram. Mauro Mendes obteve 54,65% dos votos válidos, contra 45,34% de Lúdio Cabral. Dado importante é que mais de 74 mil eleitores não votaram no 2º turno em Cuiabá, o que representa 18,79% de abstenções. O comparecimento foi de 322.918 votantes – 81,21%. No primeiro turno, foram 65.514 pessoas que não compareceram nas urnas (16,48%).

Tabela 5 - Resultado da eleição para prefeito de Cuiabá-MT: 2º turno (2012).

Candidato	Partido	Situação	Votos Válidos	%
Mauro Mendes Ferreira	PSB	Eleito	169.688	54,652
Ludio Frank Mendes Cabral	PT	Não eleito	140.798	45,348

Fonte: TRE-MT

Os eleitores dos candidatos derrotados no primeiro turno migraram em massa para Mauro Mendes no segundo turno. Entre uma votação e outra, o candidato do PSB recebeu 32.563 novos votos, pulando de 137.125 na primeira votação para 169.688 na segunda.

Enquanto isso, Lúdio Cabral somou apenas 8.921 novos votos, passando de 131.877 para 140.798. Tais números apontam que a cada cinco eleitores de candidatos que não passaram ao segundo turno, quatro optaram por Mauro, e apenas um por Lúdio.

O incremento de votos de Mauro Mendes entre um turno e outro foi de 23,75%, enquanto o adversário cresceu apenas 6,76% entre as duas votações.

Ao contrário do que se esperava, Mauro venceu em todas as seis zonas eleitorais de Cuiabá, com maior vantagem na 1ª, onde ele teve 58,50% dos votos válidos, contra 41,50% do adversário. A 1ª Zona engloba bairros da região central, como Duque de Caxias, Consil, Centro, Araés e Bosque da Saúde. Ali, entre o dia 7 e 28 de outubro, Mauro incrementou em 28,07% sua votação, contra 8,92% para Lúdio. Na 39ª Zona, Mauro também elevou bastante seu desempenho, com aumento de 27,34% nos votos. Nesta zona, Lúdio cresceu apenas 7,26%. A 39ª Zona engloba regiões como o centro-sul, Goiabeiras, Coophamil, Jardim Cuiabá, Santa Rosa e Jardim Independência.

4.4 O voto do eleitor cuiabano

Quais razões explicariam a eleição de Mauro Mendes (PSB) e a ascensão surpreendente de Lúdio Cabral (PT) na disputa, considerando que a princípio o candidato do PSB levava larga vantagem entre os concorrentes e o petista se via em meio a uma disputa que deveria ser acirrada entre Guilherme Maluf (PSDB) e Carlos Brito (PSD) para a conquista do segundo lugar e um possível segundo turno? Começamos por arrolar alguns aspectos que dizem respeito às estruturas de campanha dos candidatos.

A divisão de tempo do HGPE é mostrada na tabela 6.

Tabela 6- Divisão de tempo do HGPE

Nome para Urna	Partido	Nome da Coligação	Partido/Coligação	Tempo de cada Programa
Adolfo Grassi	PPL	Partido não coligado		1min40seg
Carlos Brito	PSD	Sentimento Cuiabano	PSD / PC do B / PSDC / PRTB / PSC / PTN / PHS / PSL / PTC	5min15seg
Guilherme Maluf	PSDB	Cuiabá Pra Você!	PSDB / PRP / PT do B / PP / PMN / DEM	6min41seg
Lúdio	PT	Cuiabá/Mato Grosso/Brasil	PMDB / PT	8min20seg
Procurador Mauro	PSOL	Partido não coligado		1min47seg
Mauro Mendes	PSB	Um novo caminho para Cuiabá	PDT / PR / PPS / PSB / PV	6min14seg

Fonte: TRE-MT

Como podemos observar, o candidato Lúdio Cabral (PT) foi quem teve o maior tempo no HGPE, com 8 minutos e 20 segundos, seguido por Guilherme Maluf (PSDB) com 6 minutos e 41 segundos. Mauro Mendes (PSB) obtinha o terceiro maior tempo, com 6 minutos e 14 segundos. É certo que o bom tempo de HGPE de Guilherme Maluf – seu tempo foi maior que o do vencedor Mauro Mendes – e Carlos Brito (PSD), com 5 minutos e 15 segundos, não fez com que estes candidatos tivessem uma boa votação, chegando a ficar atrás do candidato do PSOL, Procurador Mauro, que detinha 1 minuto e 47 segundos apenas. Porém, no caso de dois candidatos de peso eleitoral maior, uma vantagem no tempo de propaganda eleitoral pode ser muito importante. No que se refere a Lúdio Cabral (PT), segundo lugar nas pesquisas com uma diferença apertada³³ para seus concorrentes diretos à época do início da propaganda eleitoral, o tempo maior de HGPE foi fundamental para que pudesse apresentar suas propostas. Logo após o início do HGPE, o candidato petista começou a subir nas pesquisas de forma surpreendente, chegando a ameaçar o primeiro lugar de Mauro Mendes.

No que se refere ao financiamento de campanha, Mendes apresentou grande vantagem em relação aos seus concorrentes, conforme podemos observar na tabela 7, o candidato do PSB gastou mais 70% do que seu principal adversário, enquanto

33 Ver tabela 3

que Lúdio Cabral foi o segundo que mais gastou, seguido por Guilherme Maluf e Carlos Brito.

Tabela 7 – Gastos de Campanha

Candidato	Gasto de Campanha	%
Mauro Mendes Ferreira	12.468.088,4	50,00
Ludio Frank Mendes Cabral	7.320.823	30,00
Mauro César Lara de Barros	46.747,85	0,00
Guilherme Antonio Maluf	4.308.667,63	17,00
Adolfo Grassi de Oliveira	40.290,3	0,00
Carlos Brito de Lima	519.747,49	2,00
Total	24.704.364,67	100,00

Fonte: TSE

4.4.1 O perfil do eleitor cuiabano

Neste tópico apresentaremos o perfil do eleitor cuiabano com base em nosso *survey* acadêmico³⁴, realizado às vésperas da eleição do segundo turno, nos dias 26 e 27 outubro . Na tabela 8 podemos observar uma leve vantagem do sexo feminino com 50,2%, enquanto que os homens representaram 49,8% dos entrevistados.

Tabela 8 – Sexo dos entrevistados

	Entrevistados	%
Feminino	301	50,2
Masculino	299	49,8
Total	600	100,0

Fonte: *Survey* acadêmico

No que se refere à faixa etária dos entrevistados, a variável “25 a 34 anos de idade” foi a que apresentou a maior porcentagem da amostra, com 35,5%, seguida

34 Esta Pesquisa foi realizada através do método Survey, com a utilização de software especializado em estatística, planilhas e gráficos. A amostragem foi realizada a partir de uma fórmula para universo finito, com margem de erro de 4,0 pontos percentuais para mais ou para menos. Os resultados das tabelas foram arredondados pelo programa para totalizarem 100%. Utilizamos uma amostra de 600 questionários.

por “18 a 24 anos de idade” que obteve 20,7%. Destaca-se por tanto um eleitorado em sua maioria jovem.

Tabela 9 – Faixa etária dos entrevistados

Faixa Etária	Entrevistados	%
16-17	6	1,00
18-24	124	20,70
25-34	213	35,50
35-44	102	17,00
45-59	116	19,30
+ de 60	39	6,50
Total	600	100,00

Fonte: Survey acadêmico

Ao avaliarmos o nível de escolaridade dos entrevistados, conforme a tabela 10, observamos que metade dos entrevistados têm 2º grau completo ou superior incompleto. Já os entrevistados com 1º grau completo ou 2º grau incompleto compuseram 22,3% da amostra.

Tabela 10 – Nível de escolaridade dos entrevistados

Escolaridade	Entrevistados	%
Superior Completo	73	12,20
2º Grau Completo/Superior Incompleto	300	50,00
1º Grau Completo/2º Grau Incompleto	134	22,30
Primário Completo/1º Grau Incompleto	71	11,80
Analfabeto/Primário Incompleto	22	3,70
Total	600	100,00

Fonte: Survey acadêmico

No que se refere a renda dos entrevistados, o destaque ficou por conta do elevado número daqueles com renda mensal de até 5 salários mínimos, que

somados chegaram a 88,8%. Também chamou a atenção aqueles com renda acima de 20 salários mínimos mensais, com apenas 1,8%.

Tabela 11- Renda individual dos entrevistados

Renda	Entrevistados	%
Até 1 Salário Mínimo	212	35,30
De 1 À 5 Salários	303	50,50
De 5 À 10 Salários	52	8,70
De 10 À 20 Salários	22	3,70
+ De 20 Salários	11	1,80
Total	600	100,00

Fonte: Survey acadêmico

Dado importante para a nossa análise é como os entrevistados avaliaram as gestões dos nossos chefes do executivo (presidente, governador e prefeito). A nossa presidente repetiu em Cuiabá os altos índices de aprovação que tem obtido a nível nacional, com avaliação positiva de 91,8%.

Tabela 12 – Avaliação da gestão de Dilma Roussef

	Entrevistados	%
Ótimo	95	15,80
Bom	332	55,30
Regular Positivo	124	20,70
Regular Negativo	26	4,30
Ruim	7	1,20
Péssimo	11	1,80
Ns/Nr	5	0,80
Total	600	100,00

Fonte: Survey acadêmico

O governador Silval Barbosa (PMDB), também obteve uma boa avaliação, porém bem mais discreta que a da presidente petista. Dentre os entrevistados, 61% avaliou a gestão do governador como positiva, enquanto 37% fez uma avaliação negativa da gestão do governador de Mato Grosso.

Tabela 13 – Avaliação da gestão de Silval Barbosa

Avaliação	Entrevistados	%
Péssimo	65	10,80
Ruim	49	8,20
Regular Negativo	108	18,00
Regular Positivo	180	30,00
Bom	168	28,00
Regular Positivo	180	30,00
Ótimo	18	3,00
Ns/Nr	12	2,00
Total	600	100,00

Fonte: Survey acadêmico

O grande destaque das avaliações dos chefes do executivo ficou por conta de Chico Galindo (PTB). O ex-prefeito apresentou um alto índice de rejeição, 67% da amostra, conforme podemos observar na tabela abaixo.

Tabela 14 – Avaliação da gestão de Chico Galindo

Avaliação	Entrevistados	%
Péssimo	229	38,20
Ruim	104	17,30
Regular Negativo	69	11,50
Regular Positivo	111	18,50
Bom	71	11,80
Ótimo	2	0,30
Ns/Nr	14	2,30
Total	600	100,00

Fonte: Survey acadêmico

Este alto índice de rejeição apresentado por Galindo em nosso *survey*, corrobora com estas falas retiradas dos grupos focais realizados no segundo turno:

“Chico Galindo e sua poeira zero. Só sei disso que ele fez!”. (P4G1)

“Pra mim é isso: poeira zero: administração zero!”. (P6G1)

“O povo não é mais burro, não! E o Galindo sabe. Tanto que nem se candidatou, ele não ia ganhar de jeito nenhum!”. (P7G1)

“Chico Galindo! Nem me fale esse nome!”. (P1G1)

“Ele não sabe administrar! Caiu de bobo na conversa de Wilson Santos e só agora tá vendo que roubada ele pegou”. (P2G2)

“Antes vinha água dia sim, dia não. Depois vinha num certo horário do dia. Só de noite, quase. Como que faz pra lavar roupa de madrugada? Agora parece que tá pior!”. (P8G2)

Avaliamos ainda, a preferência partidária dos entrevistados.

Tabela 15 – Preferência Partidária

Preferência	Entrevistados	%
NS/NR	440	73,30
PT	116	19,30
PSDB	12	2,00
PMDB	10	1,70
PSD	8	1,30
PSB	4	0,70
PPS	4	0,70
PR	2	0,30
PDT	1	0,20
PV	1	0,20
PC DO B	1	0,20
PSOL	1	0,20
Total	600	100,00

Fonte: Survey acadêmico

Conforme ocorre a nível nacional, dentre aqueles que se posicionaram simpáticos por algum partido, a grande maioria optou pelo PT, 19,3% da amostra. O destaque ficou por conta dos que não se posicionaram por algum partido, este universo foi de 73,3% dos entrevistados. Já ao analisarmos o partido com maior rejeição, o PT também foi o mais lembrado, com 4,7%, sendo que a grande maioria dos entrevistados, 85,8%, disse não saber ou não respondeu qual partido não gosta de jeito nenhum.

Foi apresentada ainda aos entrevistados uma série de motivos que os levariam a votar em seu candidato no segundo turno, onde o entrevistado deveria

escolher um. Dentre os motivos mais escolhidos estavam “as propostas” com 19,3%, “é mais preparado” com 14,7% e “passa segurança, confiança, seriedade e honestidade” com 9,7%. Fato interessante é que as variáveis “melhor administrador” e “gosta dele, é simpático”, ficaram muito próximas, com 7,8% e 7,7% respectivamente, o que pode evidenciar um eleitor emotivo.

Tabela 16 - Principal motivo que o levaria a votar no seu candidato.

	Entrevistados	%
As propostas	116	19,30
É mais preparado	88	14,70
Passa segurança, confiança , seriedade e honestidade	58	9,70
Ns/nr	47	7,80
Melhor administrador	46	7,70
Gosta dele, é simpático	33	5,50
Mais competente	29	4,80
É melhor que o outro candidato	27	4,50
É empresário rico	15	2,50
Por que ele é médico	12	2,00
Tem mais experiência	11	1,80
Pelo partido	11	1,80
Bom político, novo	10	1,70
Pelo apoio do partido	9	1,50
Melhorar a saúde	9	1,50
Mudanças para cuiabá	8	1,30
Nenhum/branco/nulo	8	1,30
É um homem de bem	7	1,20
Pelo apoio do lula	7	1,20
Próximo do povo	6	1,00
Os dois candidatos são ruins	5	0,80
É mais inteligente	4	0,70
É humilde e simples	4	0,70
Merece uma oportunidade	4	0,70
É de família	3	0,50

É determinado, mais firme	2	0,30
Pelo trabalho na campanha, confiança, seriedade, honestidade	2	0,30
É convincente	2	0,30
Ele é jovem	2	0,30
Ele é arrogante	2	0,30
Por causa do mensalão	2	0,30
Tem visão de futuro	2	0,30
Por que vai ficar quatro anos	2	0,30
Por que votou no primeiro turno	2	0,30
Baixaria da mulher do Lúdio	2	0,30
Acho que vai fazer muito pela cidade	1	0,20
Por que ele está apoiando o cuiabá vest	1	0,20
Por ser evangélico	1	0,20
Total	600	100,00

Fonte: *Survey* acadêmico

Ao compararmos os dados da tabela acima com as falas retiradas em nossos grupos focais, podemos notar certa coerência do eleitorado cuiabano, pois as variáveis mais citadas como principal motivo do voto dos entrevistados em nosso *survey*, também foram citadas em nossos grupos focais como fator determinante do voto. É o que indicam estas falas que se referem ao candidato Mauro Mendes:

“Ele fala bem firme e acho que ele tem ótimas propostas, acho que as melhores são dele”. (P3G11)

“O Mauro perdeu alguns votos por que nem ele nem a mulher dele tem feição do povo no rosto. Já o Lúdio traz uma carinha mais humilde, de pau mandado... a mulher dele também, aí o povo cai fácil por que se identifica ali”. (P7G11)

“Administrou as coisas dele muito bem e administrando Cuiabá a cidade vai crescer muito. Cuiabá precisa de qualidade de vida, de empregos bem remunerados, precisa de um sacode! Lúdio não tem cara de quem vai dar um sacode em Cuiabá!”. (P10G11)

“Mauro falou melhor todo o tempo. Senti mais confiança nele do que no outro. Parece mais honesto que o outro. O outro tá me lembrando Wilson [Santos], credo!”. (P9G11)

“Ele passou confiança pra mim. Tá super preparado. Ele é bem objetivo no que ele fala, no que ele faz. É meu candidato, tomara que ganhe”. (P2G11)

“Eu acredito que se for eleito ele vai ser um bom prefeito, ele é um administrador nato. Ele passa confiança no modo como ele fala. Diferente dos outros. É firme, transparente”. (P4G11)

“Acho que o Mauro é mais capaz. Por que ele é um ótimo administrador. Não resolvi meu voto, mas acho que ele está bem mais preparado. Vamos ver se ele não faz mais cagada até as eleições, ficar brigando com os outros”. (P5G11)

“Mauro tem mais competência, ele é um administrador. Ele entrando na prefeitura ele vai ver que área está pior e vai mexer. Tem que melhorar o bairro antes, pra saúde ficar certinha. Ele vai entrar, fazer, tem estudo, tem mais cabeça e conhecimento pra saber onde investir, onde trabalhar”. (P8G11)

Em relação às falas referentes ao candidato Lúdio Cabral, também podemos observar a mesma coerência. É o que mostram os segmentos abaixo:

“Sempre votei no Mauro, nas outras eleições. Tô pensando em mudar por que achei as propostas do Lúdio melhor”. (P1G12)

“O Lúdio tá lá dentro da saúde... Ele sabe o que tá falando, vestiu a camisa da saúde na campanha. O povo quer saúde, por isso ele subiu!”. (P3G12)

“Acho que não é beleza. É carisma... Ele tem mais carisma que o Mauro Mendes, aí o povo foi nele”. (P4G12)

“O Lúdio vai arrumar bem a saúde, por que é a área dele”. (P6G12)

“Ele é firme, seguro no que ele fala”. (P6G12)

“Gosto dele pelo partido, sou petista vermelha! Ele brigou pela Sanecap também...”. (P7G12)

“Ele não caiu de paraquedas, ele tem sangue político nas veias. Tem experiência na vida pública e sempre foi envolvido nas demandas da sociedade”. (P9G12)

“Ele é da saúde. O maior problema é a saúde! Além disso, ele tá com muita força na campanha dele. Ele é muito carismático!”. (P3G13)

4.4.2 Explicando o voto do eleitor cuiabano

Nesta seção do trabalho, também com base em nosso *survey* acadêmico, apresentaremos um modelo de “explicação” do voto do eleitor cuiabano no segundo

turno, com base em duas análises de regressão logística binomial. Analisamos possíveis associações entre as intenções de voto dos eleitores em Mauro Mendes e Lúdio Cabral e um conjunto significativo de variáveis de natureza socioeconômica (sexo, idade, escolaridade e renda), política (avaliação de desempenho dos governantes em âmbito federal, estadual e municipal) e emotiva (confiança e medo).

Para analisarmos o voto em Mauro Mendes, a variável dependente foi assim operacionalizada: 0 = “Não Votaria”; 1 = “Votaria”. As variáveis independentes são: sexo (masculino; feminino); idade (16 a 17 anos; 18 a 24 anos; 25 a 34 anos; 45 a 59 anos; mais de 60 anos); escola (analfabeto e primário incompleto; primário completo e 1º grau incompleto; 1º grau completo e 2º grau incompleto; 2º grau completo e superior incompleto; superior incompleto); renda (até 1 salário mínimo; de 1 à 5 salários mínimos; de 5 à 10 salários mínimos; de 10 à 20 salários mínimos; mais de 20 salários mínimos); avaliações de governo (Dilma, Silval e Chico Galindo) (péssimo; ruim; regular negativo; regular positivo; bom; ótimo); confiança (Mauro Mendes; Lúdio Cabral); medo/insegurança (Mauro Mendes; Lúdio Cabral). A tabela 17 apresenta os dados referentes a esta análise. O modelo se mostrou bastante confiável, tendo em vista que apresentou um R^2 de Nagelkerke de 0,835³⁵ e percentual de 93% dos votos preditos.

Dentre as variáveis aplicadas, as que se mostraram estatisticamente significativas (nível 0,05) foram: sexo, escola, confiança e medo/insegurança.

Tabela 17 - Modelo: intenção de voto em Mauro Mendes no 2º turno (2012)

Variáveis	B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)
sexo(1)	-,953	,390	5,975	,015	,386
Idade			1,881	,865	
idade(1)	1,365	2,778	,241	,623	3,915
idade(2)	,122	,941	,017	,897	1,130
idade(3)	-,078	,936	,007	,934	,925
idade(4)	-,430	,956	,202	,653	,651
idade(5)	-,523	,949	,304	,582	,593

35 O R^2 de Nagelkerke é um indicador de ajuste do modelo de regressão, ou seja, da capacidade as variáveis independentes explicarem a variável dependente (Carreirão, 2012).

Escola			9,876	,043	
escola(1)	-,642	1,128	,323	,570	,526
escola(2)	,437	,792	,305	,581	1,548
escola(3)	1,737	,714	5,917	,015	5,679
escola(4)	,314	,633	,246	,620	1,369
Renda			2,788	,594	
renda(1)	,658	,854	,594	,441	1,931
renda(2)	,250	,774	,104	,747	1,284
renda(3)	-,180	,796	,051	,821	,835
renda(4)	,792	,885	,801	,371	2,208
avaliação_Dilma			15,921	,014	
avaliação_Dilma(1)	-14,127	8681,156	,000	,999	,000
avaliação_Dilma(2)	-16,054	8681,156	,000	,999	,000
avaliação_Dilma(3)	-18,618	8681,156	,000	,998	,000
avaliação_Dilma(4)	-17,056	8681,156	,000	,998	,000
avaliação_Dilma(5)	-17,115	8681,156	,000	,998	,000
avaliação_Dilma(6)	-15,434	8681,156	,000	,999	,000
avaliação_Silval			6,924	,328	
avaliação_Silval(1)	-,236	2,516	,009	,925	,790
avaliação_Silval(2)	-1,514	2,510	,364	,546	,220
avaliação_Silval(3)	-,240	2,494	,009	,923	,786
avaliação_Silval(4)	,334	2,461	,018	,892	1,397
avaliação_Silval(5)	-,572	2,474	,053	,817	,564
avaliação_Silval(6)	,181	2,676	,005	,946	1,198
avaliação_Chico			7,879	,247	
avaliação_Chico(1)	33,431	12141,358	,000	,998	330404733426011,000
avaliação_Chico(2)	32,502	12141,358	,000	,998	130476750100829,000
avaliação_Chico(3)	32,909	12141,358	,000	,998	195986063652752,000
avaliação_Chico(4)	33,821	12141,358	,000	,998	487807696654993,000
avaliação_Chico(5)	32,714	12141,358	,000	,998	161239779667047,000
avaliação_Chico(6)	29,165	12141,359	,000	,998	4638287864638,360
Confiança			118,020	,000	
confiança(1)	5,041	,956	27,813	,000	154,592
confiança(2)	-,930	1,010	,848	,357	,395
medo_insegurança			34,128	,000	
medo_insegurança(1)	-,487	,592	,678	,410	,614
medo_insegurança(2)	2,094	,608	11,876	,001	8,119
partido_ideologia			2,495	,476	
partido_ideologia(1)	-,112	,543	,043	,836	,894
partido_ideologia(2)	1,352	,868	2,428	,119	3,865
partido_ideologia(3)	17,859	12352,016	,000	,999	57053285,024
Constante	-19,080	8488,243	,000	,998	,000

Fonte : Survey acadêmico realizado nos dias 26 e 27 de outubro de 2012.

Notas: regressão logística: variável dependente: voto no 2º turno(0=Lúdio Cabral; 1= Mauro Mendes); adequação do modelo: Nagelkerke R Square = 0,835; porcentagens de votos preditos: Lúdio Cabral = 93,5%; Mauro Mendes = 92,4%; total: 93%

Os dados obtidos nos revelam que a probabilidade das mulheres votarem em Mauro Mendes é menor do que a dos homens. Em contrapartida a probabilidade do candidato do PSB ser votado é maior entre aqueles com maior escolaridade.

A probabilidade de Mauro ser votado também aumenta, e muito, entre aqueles que dizem confiar no candidato, bem como entre os que afirmam sentir medo ou insegurança com Lúdio Cabral.

Para analisarmos o voto em Lúdio Cabral, a variável dependente foi assim operacionalizada: 0 = “Não Votaria”; 1 = “Votaria”. As variáveis independentes são: sexo (masculino; feminino); idade (16 a 17 anos; 18 a 24 anos; 25 a 34 anos; 45 a 59 anos; mais de 60 anos); escola (analfabeto e primário incompleto; primário completo e 1º grau incompleto; 1º grau completo e 2º grau incompleto; 2º grau completo e superior incompleto; superior incompleto); renda (até 1 salário mínimo; de 1 à 5 salários mínimos; de 5 à 10 salários mínimos; de 10 à 20 salários mínimos; mais de 20 salários mínimos); avaliações de governo (Dilma, Silval e Chico Galindo) (péssimo; ruim; regular negativo; regular positivo; bom; ótimo); confiança (Mauro Mendes; Lúdio Cabral); medo/insegurança (Mauro Mendes; Lúdio Cabral). A tabela 18 apresenta os dados referentes a esta análise. O modelo, assim como no caso de Mauro Mendes, também se mostrou bastante confiável, tendo em vista que apresentou um R² de Nagelkerke de 0,769 e percentual de 91% dos votos preditos.

Podemos observar que dentre as variáveis aplicadas, as que se mostraram estatisticamente significativas (nível 0,05) foram: sexo, idade, confiança e medo/insegurança.

Tabela 18 - Modelo: intenção de voto em Lúdio Cabral no 2º turno (2012)

Variáveis	B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)
sexo(1)	,813	,327	6,177	,013	2,254
Idade			5,978	,308	
idade(1)	-21,850	13046,707	,000	,999	,000

idade(2)	1,188	,726	2,677	,102	3,279
idade(3)	1,706	,729	5,471	,019	5,508
idade(4)	1,528	,734	4,335	,037	4,609
idade(5)	1,427	,732	3,805	,051	4,167
Escola			8,805	,066	
escola(1)	-,893	,982	,826	,363	,410
escola(2)	,225	,677	,111	,739	1,253
escola(3)	-1,125	,616	3,330	,068	,325
escola(4)	-1,036	,541	3,662	,056	,355
Renda			1,316	,859	
renda(1)	-,754	,721	1,093	,296	,471
renda(2)	-,618	,637	,943	,332	,539
renda(3)	-,590	,665	,787	,375	,554
renda(4)	-,402	,722	,310	,578	,669
avaliação_Dilma			2,095	,911	
avaliação_Dilma(1)	-20,040	11395,844	,000	,999	,000
avaliação_Dilma(2)	-19,945	15026,527	,000	,999	,000
avaliação_Dilma(3)	-2,018	1,892	1,138	,286	,133
avaliação_Dilma(4)	-1,808	1,709	1,119	,290	,164
avaliação_Dilma(5)	-1,641	1,642	,999	,318	,194
avaliação_Dilma(6)	-2,079	1,712	1,476	,224	,125
avaliação_Silval			3,482	,746	
avaliação_Silval(1)	,922	1,558	,351	,554	2,515
avaliação_Silval(2)	1,646	1,574	1,093	,296	5,185
avaliação_Silval(3)	1,738	1,514	1,318	,251	5,688
avaliação_Silval(4)	1,066	1,475	,522	,470	2,903
avaliação_Silval(5)	1,401	1,491	,884	,347	4,061
avaliação_Silval(6)	,830	1,613	,265	,607	2,293
avaliação_Chico			3,798	,704	
avaliação_Chico(1)	-1,573	1,563	1,013	,314	,207
avaliação_Chico(2)	-1,485	1,569	,895	,344	,227
avaliação_Chico(3)	-,852	1,610	,280	,597	,427
avaliação_Chico(4)	-1,880	1,560	1,451	,228	,153
avaliação_Chico(5)	-1,196	1,554	,593	,441	,302
avaliação_Chico(6)	-17,226	24512,842	,000	,999	,000
Confiança			125,741	,000	
confiança(1)	,621	,829	,560	,454	1,860
confiança(2)	5,183	,883	34,492	,000	178,297
medo_insegurança			29,318	,000	
medo_insegurança(1)	,269	,486	,307	,579	1,309
medo_insegurança(2)	-1,581	,494	10,254	,001	,206
partido_ideologia			1,986	,575	
partido_ideologia(1)	-,479	,405	1,400	,237	,619

partido_ideologia(2)	-,745	,863	,746	,388	,475
partido_ideologia(3)	-18,076	11964,771	,000	,999	,000
Constante	-1,086	1,938	,314	,575	,337

Fonte: Survey acadêmico realizado nos dias 26 e 27 de outubro de 2012.

Notas: regressão logística: variável dependente: voto no 2º turno(0=Mauro Mendes; 1= Lúdio Cabral); adequação do modelo: Nagelkerke R Square = 0,769; porcentagens de votos preditos: Lúdio Cabral = 90,3%; Mauro Mendes = 91,7%; total: 91%

Ao aplicarmos o nosso modelo de regressão logística binomial ao candidato Lúdio Cabral, podemos observar que o petista, ao contrário do que acontece com Mauro Mendes, apresenta maior probabilidade em ser votado pelas mulheres, bem como entre os eleitores mais velhos.

Lúdio também tem mais chance de ser votado entre aqueles que sentem medo ou insegurança em relação a Mendes, porém o destaque fica entre aqueles que sentem confiança no candidato petista, pois entre estes a probabilidade do voto em Lúdio Cabral aumenta bastante.

CONCLUSÃO

Passaremos a sistematizar algumas questões que consideramos importantes na explicação do resultado da eleição para prefeito de Cuiabá em 2012, com vistas aos métodos científicos utilizados em nossa pesquisa. Neste trabalho, como já foi visto, utilizamos a análise documental, onde nos baseamos em dados oficiais do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso – TRE-MT e Tribunal Superior Eleitoral – TSE, bem como reportagens referentes às eleições de Cuiabá durante o segundo semestre de 2011 e todo o ano de 2012. Utilizamos ainda os métodos quantitativo e qualitativo, no que diz respeito ao primeiro, nos baseamos em pesquisas eleitorais do IBOPE e também em um *survey* acadêmico, realizado às vésperas da votação do segundo turno, enquanto que, também no segundo turno, como método qualitativo, foram realizados grupos focais.

Primeiramente, com base na nossa análise documental, precisamos considerar a estrutura de campanha de cada candidato. Mauro Mendes contava, entre outros, com o apoio dos partidos dos senadores Pedro Taques (PDT) e Blairo Maggi (PR), ambos são grandes lideranças no estado. Enquanto isso, Lúdio Cabral não ficava atrás e contava com o apoio do PMDB, partido do governador do estado, Silval Barbosa.

No que tange aos gastos de campanha, Mauro Mendes superou em muito ao seu concorrente direto, gastando algo em torno de 70% a mais que Lúdio³⁶, apresentando uma campanha mais ostensiva e estruturada. Em contrapartida, o candidato petista teve maior tempo de HGPE, contando com 02(dois) minutos e 06(seis) segundos a mais por programa que Mauro Mendes no primeiro turno. Ao nosso ver, os programas eleitorais de ambos se equivaliam, porém o tempo maior pode ter ajudado Lúdio na sua arrancada para o segundo turno, mas não o bastante para alcançar a vitória.

Em segundo lugar, se considerarmos hipoteticamente que os eleitores de Mendes e Cabral, votaram neles no primeiro e no segundo turno (sem troca de voto

36 Ver tabela 7.

de um candidato para o outro), a cada 05 votos de eleitores em candidatos derrotados já no primeiro turno, 04 foram para Mendes, fato que pode ter ocorrido não só pela identificação do eleitorado “órfão” com o candidato do PSB, como também pela rejeição de parte dos eleitores cuiabanos ao partido de Lúdio, o PT e ao partido de seu vice, o PMDB, que mesmo tendo a maior identificação partidária dos eleitores³⁷, o PT e o PMDB também contam com a maior rejeição³⁸ dentre aqueles que disseram não gostar de jeito nenhum de algum partido.

Ao passarmos às análises do material colhido em nossas investigações quantitativa (*survey* acadêmico) e qualitativa (grupos focais), obtivemos dados importantes para tentar decifrar o voto do eleitor cuiabano na eleição de 2012.

Segundo o nosso modelo de regressão binomial, as variáveis de natureza política, onde se enquadram variáveis importantes como a identificação ideológica e a avaliação dos governos Dilma, Silval e Galindo, não influenciaram no voto dos eleitores cuiabanos³⁹, sendo que o fato de Chico Galindo não ser candidato à reeleição, impossibilitou o teste de uma explicação importante do voto segundo Fiorina (1981), de que, embora o eleitor seja prospectivo (leva em consideração o futuro), a avaliação de desempenho do candidato em gestão passada é uma das variáveis mais importantes para determinar o voto.

No que diz respeito a Mauro Mendes, em nosso modelo de regressão binomial podemos destacar uma certa rejeição do candidato entre as mulheres, bem como uma aceitação maior entre aqueles com maior escolaridade. Entre os eleitores que sentiam confiança em Mauro e medo e insegurança em Lúdio, a probabilidade de votar em Mauro era muito grande.

No caso do candidato Lúdio Cabral, nosso modelo apresentou uma maior aceitação por parte das mulheres e dos eleitores mais velhos ao candidato petista. Em relação às variáveis emotivas (“confiança” e “medo/insegurança”), o candidato Lúdio apresentou os mesmos resultados que Mauro, tendo uma maior probabilidade de ser votado entre os eleitores que sentiam confiança nele e entre os que sentiam

37 Ver tabela 15.

38 Em nosso survey, ao serem perguntados se havia alguma partido político de que não gostavam de jeito nenhum, 85,8% dos entrevistados não souberam/não responderam, enquanto dentre os 14,2% que responderam, quase metade, 6,8%, afirmaram não gostarem de jeito nenhum do PT (4,7%) e PMDB (2,2%).

39 Ver tabelas 17 e 18.

medo e insegurança no candidato adversário.

Ao analisarmos os grupos focais realizados podemos identificar falas interessantes com relação à eleição e aos candidatos. Os cuiabanos, assim como nas pesquisas quantitativas, apresentaram uma rejeição elevadíssima à gestão 2008-2012 de Wilson Santos e Chico Galindo, porém ao mesmo tempo se mostravam esperançosos com uma possível mudança de rumo da política da capital de Mato Grosso, advinda de uma nova gestão do futuro prefeito.

Com relação aos eleitores de Mendes, podemos observar que os participantes dos grupos focais destacaram o fato de que, para eles, o candidato do PSB seria mais preparado, um bom administrador e que transmitia mais confiança do que seu adversário. Ao compararmos as falas dos grupos focais com os dados obtidos no *survey* acadêmico, concluímos que as “qualidades” de Mauro elencadas pelos entrevistados nos grupos focais, iam de acordo com os dados obtidos no método quantitativo aplicado, pois podemos observar que os eleitores ao serem perguntados sobre qual seria o principal motivo que o levaria a votar no seu candidato⁴⁰, as variáveis “as propostas”, “é mais preparado”, “passa segurança, confiança, seriedade e honestidade” e “melhor administrador” foram as respostas mais frequentes, somando 51,4% do total da amostra, muito próximo ao resultado de Mauro nas urnas no segundo turno, que foi de 54,65%, fato este que mostra certa correlação dos métodos aplicados e o resultado da eleição.

No que diz respeito ao candidato Lúdio Cabral, nos grupos focais, os seus eleitores sempre destacavam: o fato do petista, por ser médico, entender melhor as questões da saúde; o fato do candidato ser mais carismático/simpático; consideravam o candidato mais experiente na política e com melhores propostas, o fato dele ser do PT, bem como acreditavam que o petista transmitia uma imagem de segurança, seriedade, honestidade e ainda de ser mais próximo à população. Se fizemos o mesmo comparativo que fizemos no parágrafo anterior, observaremos que as variáveis⁴¹ “as propostas”, “passa segurança, confiança, seriedade e honestidade”, “gosto dele, é simpático”, “porque ele é médico”, “melhorar a saúde”, “próximo do povo”, “tem mais experiência” e “pelo partido” somam 42,6%, enquanto

40 Ver tabela 16.

41 Ver tabela 16.

que o candidato recebeu 45,3% dos votos no segundo turno. Mais uma vez podemos observar certa correlação entre os métodos aplicados e o resultado das urnas.

Os resultados obtidos em nossa pesquisa, nos leva a uma junção de fatores para a explicação do voto do eleitor cuiabano nessa eleição de 2012. Tais fatores estão abarcados pela união das teorias do comportamento eleitoral existentes, porém destacamos uma nova corrente, defendida por Lavareda (2011), que busca desvendar o voto por meio de variáveis emotivas. Em nossa análise, como base nos dados apresentados em nosso modelo de regressão binomial e nos grupos focais, podemos observar um eleitor emotivo, apesar das técnicas utilizadas neste trabalho não serem as ideais para uma análise mais sólida, devendo ser aplicados os métodos utilizados por Lavareda (2011), tais como o EEG (Eletroencefalógrafo) que permite o monitoramento da atividade das ondas cerebrais produzidas pelo córtex, permitindo identificar com excelente resolução temporal (um milésimo de segundo) as emoções – positivas e negativas – a cada momento, bem como o *Eye Tracker*, que monitora a direção do olhar (tempo e trajetória) e o envolvimento emocional com estímulos testados (LAVAREDA, 2011, p. 25 e 26).

Com relação a eleição, sem dúvida alguma, esta foi uma das mais disputadas para prefeito de Cuiabá que já ocorreram. Nela podemos observar a confirmação do enfraquecimento e falta de lideranças, como de outrora, do PSDB, pois após longo período à frente dos executivos do Estado e da capital de Mato Grosso, o partido tucano, assim como ocorreu na última eleição para governador, mais uma vez não conseguiu emplacar o seu candidato, nem chegando a disputar o segundo turno. Já o partido petista, segue o seu histórico de derrotas em Cuiabá, perdendo mais uma vez a disputa para prefeito.

Por fim, esta eleição representou a consolidação de Mauro Mendes, uma promessa no cenário político, que caso perdesse mais uma eleição⁴², poderia considerar por encerrada a sua neófito trajetória política. Resta agora acompanharmos o desempenho do empresário de sucesso à frente da prefeitura de Cuiabá.

42 Mauro Mendes já havia perdido a eleição para prefeito em 2008 e a eleição para governador em 2010.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Alberto C. **Á Esquerda dos Números à Direita dos Fatos.** Insight/Inteligência. 2001. 15p.

ALMEIDA, Jorge. **Como vota o brasileiro: perfil ideológico do eleitor e evolução do voto na pesquisas de opinião de 1994.** São Paulo: Editora Xamã. 2^a ed. 1998.

ALBUQUERQUE, José A. Gilhon. **Identidade, Oposição e Pragmatismo: uma Teoria Política do Voto.** Lua Nova, 1992. 26p, 53-80p.

ALVES, Maria Teresa. **Conteúdos ideológicos da nova direita no município de São Paulo: análise de survey.** Opinião Pública, vol.6, (2000. 2p, 171-190p. out.

ANDRADE, Adriana Oliveira. **Aplicação do Modelo Logístico Multinomial no Estudo da Decisão do Voto.** 2006. Dissertação de Mestrado. ENCE

BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de survey.** Belo Horizonte: Editora UFMG. 1999.

BALBACHEVSKY, Elizabeth. **Identidade Partidária e Instituições Políticas no Brasil.** Lua Nova. 1992. 26p, 133-165p.

BAQUERO, Marcello. Novos Padrões de Comportamento Eleitoral: Pragmatismo nas Eleições Municipais de 1996 em Porto Alegre. In: BAQUERO, Marcello. (org.) **A Lógica do Processo Eleitoral em Tempos Modernos.** Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS e Centro Educacional La Salle de Ensino Superior, 1997.

BALBACHEVSKY, Elizabeth. e HOLZHACKER, Denilde O. **Identidade, oposição e pragmatismo: o conteúdo estratégico da decisão eleitoral em 13 anos de eleição.** Lua Nova. 1992. 26p, 133-165p.

BAQUERO, Marcello. As Eleições de 1982 no Rio Grande do Sul num Contexto de Abertura Política. In: BAQUERO, Marcello (org.). **Abertura Política e**

Comportamento Eleitoral: Nas Eleições de 1982 no Rio Grande do Sul. Ed. da Universidade, UFRGS, 1984.

BAQUERO, Marcello. **Paradigma de Converse: Sistema de Crenças e o Processo Eleitoral de 1982 em Porto Alegre/RS.** Revista do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Porto Alegre: vol.13, 1985.

BAQUERO, Marcello. Os Desafios na Construção de uma Cultura Política Democrática na América Latina: Estados e Partidos Políticos. In: BAQUERO, Marcello (org.) **Cultura Política e Democracia: Os Desafios da Sociedade Contemporânea.** Porto Alegre: Ed. da Universidade/UFRGS, 1994.

BAQUERO, Marcello & CASTRO, Henrique Carlos de O. "A Erosão das Bases Democráticas: Um Estudo de Cultura Política" In: BAQUERO, Marcello (org.) **Condicionantes da Consolidação Democrática: Ética, Mídia e Cultura Política.** Porto Alegre. Ed. Universidade/UFRGS, 1996.

BORBA, Julian. **Cultura política, ideologia e comportamento eleitoral: alguns apontamentos teóricos sobre o caso brasileiro.** Opinião Pública. Campinas, vol. 11. 2005. 1p, 147-168p.

CAMPBELL, A.; CONVERSE, P.; MILLER, W. E. & STOKES, D. **The American voter.** Nova Iorque, John Wiley & Sons, Inc. 1965.

CARDOSO, Fernando Henrique e LAMOUNIER, Bolívar. **Os Partidos e as Eleições no Brasil.** Rio de Janeiro, Paz e Terra. 1975.

CARREIRÃO, Yan de Souza. **A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras.** Florianópolis/Rio de Janeiro: Editora da UFSC/Editora FGV. 2002.

CARREIRÃO, Yan de Souza. **A eleição presidencial de 2002: uma análise preliminar do processo e dos resultados eleitorais.** Revista de Sociologia e Política, jun. nº 22. 2004. 179-194p.

CARREIRÃO, Yan de Souza e BARBETA, PEDRO A. **A eleição presidencial de 2002 a decisão do voto na região da Grande São Paulo**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. vol. 19. nº 56, 2004. 75-152p, out.

CASTRO, Mônica Machado de. **Determinantes do Comportamento Eleitoral. A Centralidade da Sofisticação Política**. Tese de Doutorado. IUPERJ. 1994.

DOWNS, Anthony. **An Economic Theory of Democracy**. New York, Harper and Collins. 1957.

FIGUEIREDO, Marcus. **A Decisão do Voto**. São Paulo: Editora Sumaré, ANPOCS. 1991.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 15 de fev. 2011.

KINZO, Maria. D'Alva Gil. A Eleição Presidencial de 1989: o Comportamento Eleitoral em uma Cidade Brasileira. Dados, vol.35, n. 1, 49-65p, 1992.

LAVAREDA, Antônio. **A Democracia nas Urnas**. Rio de Janeiro, IUPERJ/Rio Fundo Editora. 1991.

LAVAREDA, Antônio. **Emoções ocultas e estratégias eleitorais**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva. 2009.

LAVAREDA, Antonio. **Neuropolítica: o papel das emoções e do inconsciente**. Dossiê Marketing Político, n. 90, p. 120-146, jun./ago. 2011.

LAVAREDA, Antônio e TELLES, Helcimara. **Como o eleitor escolhe o seu prefeito: campanha e voto nas eleições municipais**. Rio de Janeiro: Editora FGV. 2011.

LAZARSFELD, P. & PERELSON, E. & GAIDET, H. ***The people's choice***. Nova Iorque e Londres, Columbia University Press. 1965.

LIPSET, S. & ROKKAN, S. **Cleavage structures, party systems and voter alignments: an introduction**, in M. S. Lipset & S. Rokkan (ed.), *Party systems and voter alignments*. Nova Iorque, MacMillan. 1967.

LIMA JÚNIOR, Olavo Brasil de. **Eleições Presidenciais: Centralidade, Contexto e Implicações**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 14, n.40, 11-30. 1999.

LUPIA, Arthur. **Shortcuts Versus Encyclopedias: Information and Voting Behavior in California Insurance**. The American Political Science Review, Vol. 88, No. 1, pp. 63-76. 1994.

MONROE, Kristen R. **Econometric Analyses of Electoral Behavior: A Critical Review**. Political Behavior, Vol. 1, No. 2, pp. 137-173. 1979.

NEUMAN, W. R. **The paradox of mass politics - knowledge and opinion in the American electorate**. Cambridge e Londres, Harvard University Press. 1986.

RADMANN, Elis Rejane Heinemann. **O Eleitor Brasileiro: Uma Análise do Comportamento Eleitoral**. Dissertação de Mestrado. UFRGS. 2001.

REIS, Fábio Wanderley e Mônica M. M. Castro. **Regiões, Classe e Ideologia no Processo Eleitoral Brasileiro**. Lua Nova 26, 81-131. 1992.

REIS, Fábio Wanderley. **Identidade, Política e a Teoria da Escolha Racional**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. ANPOCS/Vértice, n. 6, vol. 3, 26-38. 1988.

ROCHA, Enivaldo Carvalho da. **Os determinantes do voto na eleição para prefeito do Recife em 2008**. Revista Política Hoje, Vol. 17, Nº1, 17-37, ano 2008.

SAMUELS, David. **Determinantes do Voto Partidário em Sistemas Eleitorais Centrados no Candidato: Evidências sobre o Brasil**. Dados, vol. 40, n.3, 493-533. 1997.

SAMUELS, David. **As bases do Petismo**. Opinião Pública, Campinas, vol.10, n.2, 221-241. 2004.

SARTORI, Giovanni. **Partidos e Sistemas Partidários**. Rio de Janeiro. Zahar Editora. 1982.

SILVA, Enídia Ferreira da. "Personalismo e comportamento eleitoral". In: Baquero, Marcello. **Abertura Política e Comportamento Eleitoral nas Eleições de 1982 no Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul**. Editora da Universidade, UFRGS. 1984.

SINGER, André. **Collor na Periferia: a Volta por cima do Populismo?"**. In, Bolívar Lamounier (org.) De Geisel a Collor: o Balanço da Transição. Suamré/IDESP. 1990.

SINGER, André. **Esquerda e Direita no Eleitorado Brasileiro**. São Paulo, Edusp e Fapesp. 2000.