

# 2012

## EM DEBATE

### OPINIÃO PÚBLICA E CONJUNTURA POLÍTICA

Um periódico do grupo de pesquisa Opinião Pública,  
Marketing Político e Comportamento Eleitoral

Ano 4 - N.01  
Abril de 2012  
ISSN: 2176 - 4883



#### DOSSIÊ O PAPEL DA OPOSIÇÃO

Helcimara Telles  
Bruno Speck  
João Franciso Meira  
Isabel Ferin Cunha

**Opinião**  
Sandra Avi dos Santos

**Resenha**  
Felipe Riccio

Periódico Eletrônico do Grupo de  
Pesquisa "Opinião Pública, Marketing  
Político e Comportamento Eleitoral"



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
Avenida Presidente Antônio Carlos, 6627  
Campus Pampulha CEP: 31.270-901  
Belo Horizonte - MG - Brasil  
Tel: (31) 3409-3823

## A OPOSIÇÃO BRASILEIRA EM TEMPOS DE ALTA POPULARIDADE DO INCUMBENTE

*The Brazilian opposition in times of high popularity of the incumbent*

Helcimara de Souza Telles  
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)  
✉ mara-telles@uol.com.br

**Resumo:** O artigo aborda a falta de uma oposição definida na política brasileira e o posicionamento estratégico dos partidos em busca de melhores resultados eleitorais. A autora faz comparações entre os pleitos de 2008 e 2010 dando relevo às coligações estabelecidas e destacando a movimentação da oposição nos cenários eleitorais e sua atuação em períodos entre eleições.

**Palavras-chaves:** oposição; ideologia; governo federal.

**Abstract:** The article discusses the lack of an opposition defined in Brazilian politics and the strategic positioning of the parties in search of better election results. The author makes important comparisons between the 2008 and 2010 elections giving prominence to established coalitions and highlighting the movement of opposition in the election scenarios and their performance in the periods between elections.

**Key words:** opposition; ideology; federal government.

Recentemente organizei, em parceria com o cientista político Antônio Lavareda, um livro que trata sobre as eleições para prefeito no Brasil. Intitulado “Como o eleitor escolhe seu prefeito: campanha e voto nas eleições municipais”, a idéia de editarmos o livro baseou-se na constatação de uma lacuna nos estudos eleitorais brasileiros referentes à sua dimensão municipal. Deste modo, o livro foi concebido para compor análises do processo eleitoral de 2008 relativas às capitais de todas as cinco regiões do país. Trinta e dois pesquisadores de diferentes instituições assinaram os artigos. Os capítulos investigaram a “lógica” do eleitor, adotando-se diferentes hipóteses. Alguns padrões semelhantes foram encontrados, como o fato de que horário eleitoral

e as campanhas emergirem como importantes elementos para a decisão de voto.

Nos capítulos do livro, observa-se que uma das características mais marcantes das eleições de 2008 foi o fato de que foram realizadas sobre um contexto de forte crescimento econômico, o que possibilitou o repasse de vultosas verbas para os municípios, permitindo que os prefeitos realizassem suas promessas de campanhas. Tal conjuntura favoreceu que antigos adversários se aliassem e se apresentassem como “parceiros” do governo federal e “continuadores” de suas políticas públicas. Em Belo Horizonte, por exemplo, partidos rivais, como o PSDB e o PT, realizaram um acordo informal para garantir a eleição de um mesmo candidato a prefeito. Alianças desta natureza foram comuns em vários municípios brasileiros e o percentual de prefeitos reeleitos nas capitais alcançou quase 100%, em 2008.

Algumas lições podem ser extraídas destas municipais para iluminar o papel relativamente frágil em que se encontram atualmente as oposições brasileiras. O ocorrido naquelas eleições repetiu-se em 2010 e parece que permanecerá em 2012: campanhas com apelos personalistas, um lugar reduzido para os partidos na propaganda eleitoral e, sobretudo, políticos de diversas matizes ideológicas declarando-se como continuadores da “obra” do Governo Federal. Os candidatos aos cargos proporcionais e executivos, tanto os de “situação” quanto os de “oposição”, miravam os eleitores que estavam satisfeitos com a economia e com a administração de Lula da Silva e que se inclinavam a votar nos candidatos que representassem o “governismo”. Mostrando-se como aliados preferenciais de Lula, os aspirantes buscavam associar sua imagem a do ex-presidente, como se tal parceria pudesse garantir o bom governo no município.

Assim, as coligações políticas foram evidentes em 2008 e muitos partidos com histórica rivalidade se uniram pragmaticamente em nome do êxito eleitoral imediato. O alinhamento ao Governo Federal foi mantido nas

presidenciais de 2010, ocasião em que até mesmo José Serra - do PSDB, declarava-se como “continuador” do governo. O tucano buscava convencer o eleitorado de que era portador do perfil mais competente para manter as conquistas econômicas e sociais de Lula da Silva. Nestas presidenciais, nenhum partido – exceto o nanico PSOL – questionou estruturalmente os projetos econômicos e políticos do Governo Federal ou apresentou solução alternativa àquela ofertada pelo Planalto. Esta estratégia de diluição do discurso oposicionista não é novidade na história política brasileira. Já se pôde ver que prefeitos e governadores de partidos com ideologias concorrentes podem se unir em torno de nomes, baseando-se, sobretudo, em pesquisas de opinião e nos índices de popularidade, o que indica a persistência da política “governista” e os resquícios de personalismo na cultura política brasileira. Não é outra a razão que por sua natureza governista que o PMDB mantém-se há décadas sendo cobiçado por qualquer governo, da direita à esquerda.

A estratégia adotada pela oposição tem sido marcada pela passividade e se baseia menos na apresentação de suas diferenças ideológicas com o atual governo e mais na esperança de que o Planalto seja naturalmente desgastado pelo anúncio das denúncias de corrupção exibidos pela mídia. A oposição parece estar convencida de que o melhor para sua expansão é “pegar carona” nestas matérias jornalísticas. Por isto, ao invés de pautar a agenda política, ela se deixou dominar pela agenda midiática. Menos do que se fortalecer pelo diálogo com os eleitores insatisfeitos, pela disseminação de suas idéias e pela captura de novas lideranças, os grupos oposicionistas apenas aguardam que o governo seja minado espontaneamente por seus próprios erros, expostos pelos meios de comunicação. Todavia, os escândalos exibidos podem ser excelentes fontes para a venda de jornais e podem servir para aumentar o número de acessos às redes sociais. Mas, não há indicadores precisos para se esperar que os assuntos que circulam com sucesso nesses ambientes gerem adesão popular e votos nas urnas para as oposições.

A avaliação extremamente positiva da Presidente Dilma Roussef foi produzida pelos acertos da equipe de governo, mas também pelos equívocos desta estratégia oposicionista. A Presidente tem hoje ao seu lado a máquina e a opinião pública, e em suas mãos, a oposição. Refém da conduta de buscar parceiros com base principalmente na “popularidade” dos candidatos, os grupos políticos oposicionistas aceitaram trocar alguns ganhos eleitorais pontuais e alguns governos de Estados e prefeituras, em detrimento de projetos de longo prazo.

Além dos fatores acima, a oposição ainda não foi capaz de trazer ao público um candidato para as próximas presidenciais que exiba alta popularidade – Aécio Neves ainda não decolou e José Serra parece estar restrito aos (ainda) fiéis eleitores do Estado de São Paulo. Mas, cabe destacar que o mais significativo é que os grupos de oposição não introduziram nenhum elemento na agenda política que fosse capaz de distingui-los dos demais grupos governistas.

A decorrência desta estratégia é a de que, transcorrido um ano de um mandato sob constantes denúncias de corrupção, a Presidente aumentou sua popularidade e parece ter convencido aos brasileiros de Norte a Sul de que ela produz uma boa governança. Nesta situação, mais do que lançar novas denúncias, que mostraram ser frágeis para debilitar o governo, a única alternativa que cabe à oposição é a de atirar um primeira pedra para além do denunciamento e dos escândalos. Mas qual é o alvo que a oposição pretende atacar e como ela irá se diferenciar das propostas exibidas pelo Governo Federal? Cabe a ela responder a isso e proporcionar à opinião pública uma proposta alternativa àquela trazida pela atual coalizão que governa o país. Caso não atire boas pedras e ajuste a sua pontaria, a oposição corre o risco de se afogar nos índices da popularidade da administração federal.