

EM DEBATE

Opinião Pública e Conjuntura Política

2010

Um Periódico do grupo de pesquisa Opinião Pública: Marketing Político e Comportamento Eleitoral



DOSSIÊ: OPINIÃO PÚBLICA E PARTIDOS POLÍTICOS

Mathieu Turgeon

Emerson Urizzi Cervi

Vitor Amorim de Angelo

Jairo Pimentel



OPINIÃO

Eduardo Zauli

Francisco Meira

Periódico Eletrônico do
Grupo de Pesquisa de “Opinião Pública:
Marketing Político e Comportamento
Eleitoral”

Universidade Federal de Minas Gerais
Av. Presidente Antônio Carlos, 6627
Campus Pampulha - CEP: 31.270-901
Belo Horizonte - MG - Brasil
Tel: (31) 3409-5007



Ano 1, n. 3, Novembro de 2009 ISSN 2176-4883

ELEIÇÕES 2010: O QUE PODEMOS ESPERAR?

Elections of 2010: What Can We Expect?

João Francisco Meira

Diretor do Instituto Vox Populi

✉ jfmeira@voxpopuli.com.br

A equipe do **Em Debate** entrevistou o diretor e pesquisador do Instituto de Pesquisa Vox Populi, João Francisco Meira. Ele falou sobre as articulações dos partidos para a definição das chapas que disputarão o cargo, os prováveis temas de campanha e o papel desempenhado pela mídia.

Em Debate: Como o Sr. avalia a articulação das candidaturas e coligações para as eleições presidenciais de 2010?

Francisco Meira: Só consigo ver uma coligação concreta por enquanto, entre o PT e o PMDB. O que está conformando esta articulação é claramente o acesso ao horário gratuito de propaganda eleitoral (HGPE). Como a campanha presidencial é cada vez mais dependente do acesso ao tempo de televisão, esse recurso tem se tornado fundamental para os partidos, sendo o fator que orienta a aliança entre o PT e o PMDB.

Na oposição, ainda não há uma articulação concreta, o DEM está aguardando uma decisão do PSDB, que não conseguiu, até o momento, definir quem assumirá sua candidatura. A disputa está entre o Serra e o Aécio. Há um interesse na formação de uma chapa “puro-sangue” com os dois, mas ela não acrescentaria, a meu ver, intenção de votos para esses partidos que se apresentam como oposição. Não necessariamente o eleitor de Aécio votaria em Serra e vice-versa. Entre os dois, Aécio, apesar de não ser tão conhecido quanto o Serra, teria mais diálogo com os grupos que atualmente estão no governo (PT e PMDB), o que tornaria seu governo mais fácil que o de Serra.

ED: Como se articulará o debate e quais seriam os temas em destaque nas campanhas para a próxima disputa à presidência?

FM: Parece-me que esta eleição será amplamente retrospectiva e há uma grande concorrente a esse tipo de voto. Isso porque temos um presidente que detém um alto grau de popularidade e o eleitor está satisfeito com a situação da economia. Há um conjunto de elementos que mostra que a tendência à conservação do *status quo* é mais forte que a tendência à mudança. Se a discussão for realmente retrospectiva, ou seja, a partir da comparação dos 8 anos de governo Fernando Henrique Cardoso com os 8 anos de governo Lula, o eleitor tende a preferir a situação atual e a candidata do governo teria boas chances de vitória.

Por outro lado, essa não é a única possibilidade. Pode haver um debate sobre projetos de futuro, e então teríamos uma situação de concorrência mais paritária entre os candidatos, pois a oposição poderia adotar um discurso conciliatório. Enquanto Dilma proporia um futuro continuísta, defendendo as políticas do governo, outros candidatos poderiam adotar um discurso de manter o que está dando certo, mas, ao mesmo tempo, apresentando alternativas às questões que criticam no atual governo.

Os temas relevantes serão aqueles que preocupam principalmente as populações dos grandes centros urbanos. No que se refere à saúde pública, os problemas se relacionam à mudança no perfil da população brasileira. Atualmente, estamos passando por um momento de envelhecimento da população. Há cada vez mais idosos no país e, tradicionalmente, as políticas de saúde pública sempre foram orientadas para o tratamento de doenças típicas de uma população mais jovem. Portanto, a saúde deve ser repensada de forma a mudar a estrutura dos atuais centros de atendimento, pois poucos estão capacitados para o tratamento adequado de doenças mais específicas dos idosos.

Outro problema de Estado que parece não estar se resolvendo é o da segurança pública. Há uma relativa desordem na atuação das forças policiais, com a divisão do comando entre governos estaduais e federal. Além disso, nós temos problemas devido aos processos muito rápidos e desordenados de urbanização, que criaram zonas de ausência do Estado nas grandes cidades, em que o acesso às políticas públicas não se estendeu a todos os cidadãos. A justiça também não tem sido eficiente no cumprimento de seu papel, há uma lentidão nos processos que deve ser combatida. Tanto a segurança pública quanto a saúde devem ser temas fortes para o ano que vem.

Com relação à educação, houve certos avanços que o governo atual pode apresentar, mas ela ainda não foi consolidada, necessitando de um enfoque maior nos níveis de ensino médio e superior. Nesse sentido, há muita coisa para ser feita. Por fim, outro tema que tende a ser relevante para o debate político nestas eleições é o da geração de energia. As análises que têm sido feitas com relação à infra-estrutura energética do país indicam que estamos próximos de uma saturação da capacidade de oferta de energia. Enquanto isso, o consumo continua a aumentar, pois a economia está crescendo. Recentemente, tivemos o episódio do apagão, que demonstrou os problemas existentes na geração e distribuição de eletricidade. Assim, a necessidade de retomada dos investimentos em infra-estrutura deve ser um assunto presente no debate eleitoral.

A agenda, portanto, não seria muito diferente daquela que observamos nas eleições passadas. Resta saber se ela será debatida em termos retrospectivos ou se o foco será em projetos de futuro.

ED: E com relação às outras candidaturas, como a de Marina da Silva e de Ciro Gomes, o que elas podem representar?

FM: Não acredito que haverá uma terceira via. Penso que a cabeça do eleitor brasileiro ainda é binária, no sentido de identificar quem representa o governo e quem representa a oposição. A tendência, então, é de que ocorra uma polarização entre a candidata do governo, Dilma Rousseff e o candidato da oposição (Serra ou Aécio). Marina e Ciro não teriam muitas chances. Ciro é um candidato com uma personalidade forte e posições muito marcadas, além disso, não dispõe de uma estrutura muito competitiva. Marina está muito relacionada apenas à temática ambiental que, por enquanto, apesar de ser assimilada pelo eleitor brasileiro, não possui grande relevância na sociedade. É difícil que ela consiga emplacar seu discurso.

ED: Quanto à distribuição do eleitorado em termos espaciais? Haverá uma concentração regional da votação para presidente em 2010?

FM: Nessa fase de pré-campanha, a dimensão regional tem alguma influência, pois estão sendo definidas as alianças que darão apoio local para as candidaturas. Por enquanto ainda há certo peso nas regiões, por exemplo, o Ciro é forte no Ceará, o Serra, em São Paulo e o Aécio, em Minas. Na medida em que a campanha avançar, principalmente com o início da propaganda nacional, a tendência é que o âmbito regional perca importância. Claro que não completamente, pois as regiões têm características não-comunicacionais:

estruturais, sociais, etc. Mas a propaganda eleitoral dará visibilidade a questões mais amplas.

ED: Como a mídia pode influenciar nos temas de campanha?

FM: É uma interação complexa, pois há outros atores formadores de opinião, além dos meios de comunicação, envolvidos no processo. É claro que os veículos de comunicação possuem uma agenda própria, mas sua capacidade de pautar as campanhas é limitada. Até porque ela não é um bloco homogêneo, apresenta “fissuras”. Acredito mais no viés do que na agenda. Um determinado veículo pode ressaltar mais o tema de um candidato que lhe interessa. Além disso, a mídia também se orienta por outros interesses. Ela é sensível à pesquisa, à audiência, portanto, existem muitas variáveis que tornam a relação comunicacional complexa.

Há também, além da televisão, outras mídias muito relevantes: a internet, o rádio, o jornal escrito. E cada um fala mais especificamente a um tipo de público, um tipo de eleitor, sendo que o mesmo eleitor pode mudar de fonte quando quiser.

Roteiro: Leonardo da Silveira Ev

Entrevista: Aline Burni* e Leonardo Da Silveira Ev**

* Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG – vinculada ao projeto “Opinião Pública: Partidos Políticos e Comportamento Eleitoral” do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais – DCP/UFMG.

** Bolsista de Iniciação Científica do Conselho Nacional de Pesquisa – CNPq – vinculado ao projeto “Opinião Pública: Partidos Políticos e Comportamento Eleitoral” do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais – DCP/UFMG