

Relação entre dinheiro, propaganda eleitoral e avaliação de governo para explicar desempenho de candidatos a eleições majoritárias em diferentes níveis no Brasil

Felipe Borba

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – Rio de Janeiro, Brasil

felipe.borba10@gmail.com

Emerson Urizzi Cervi

Universidade Federal do Paraná – Curitiba, Brasil

ecervi7@gmail.com

RESUMO: O objeto de análise do artigo é o desempenho eleitoral de 1.281 candidatos que disputaram eleições para presidente, governador e prefeitos de capitais entre 2002 e 2014 no Brasil. Para tanto, utilizamos um conjunto de variáveis em um modelo de regressão linear múltipla com o objetivo de descrever os efeitos conjuntos do tempo de Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, dos gastos de campanha e da avaliação de governo sobre o desempenho dos candidatos. Os resultados mostram que dependendo do tipo de candidato, há maior impacto de uma ou outra variável. Por exemplo, o tempo de HGPE mostra-se mais importante para explicar o voto em candidatos de oposição, enquanto a avaliação positiva do governo é a variável preditiva mais forte para as votações de concorrentes à reeleição. A hipótese de que diferentes tipos de candidatos apresentam distintos comportamentos é comprovada. Com isso, esperamos contribuir para as pesquisas sobre eleições no Brasil mostrando a importância de distinguir concorrentes à reeleição de governistas e dos candidatos de oposição.

1. INTRODUÇÃO

Pesquisas que tratam da descrição dos efeitos das campanhas sobre o voto no Brasil têm ficado cada vez mais complexas. Não é mais suficiente tratar de uma única variável explicativa de um fenômeno tão intrincado como o resultado eleitoral. A literatura brasileira na área tradicionalmente elege quatro grandes conjuntos de variáveis explicativas para os resultados eleitorais¹. A primeira delas diz respeito a uma particularidade brasileira, que é a “oferta” pelo sistema político de um período de tempo em rede de rádio e televisão durante a campanha para que todos os candidatos apresentem suas propostas. O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) tem como justificativa a redução de diferenças nas condições de disputa entre candidatos de grandes partidos ou já conhecidos daqueles que não tiveram a oportunidade de se apresentar aos eleitores. Embora os estudos nessa área usem abordagens metodológicas distintas, como dados agregados, *surveys* e grupos focais, as evidências sugerem que o sucesso de certas candidaturas pode ser atribuído à existência do HGPE (Veiga, 2001; Figueiredo e Coutinho, 2003; Figueiredo, 2007; Coimbra, 2008; Lourenço, 2009; Mundin, 2010; Mundin, 2012; Borba, Veiga e Bozza, 2015), sendo esse efeito mais forte entre aqueles candidatos com maior tempo de propaganda (Borba e Figueiredo, 2014; Silveira e Melo, 2011; Cervi e Speck, 2016). A segunda é a estrutura de financiamento das campanhas, em especial os recursos financeiros disponíveis aos candidatos e partidos. Neste caso, partidos maiores e candidatos já no governo tendem a ter mais recursos financeiros em suas campanhas, desequilibrando o “jogo eleitoral” a favor da manutenção do *status quo* (Cervi, 2010; Speck e Mancuso, 2013; Codato, Cervi e Perissinoto, 2013; Carlomagno, 2015; Conceição e Vasconcelos, 2015)².

As duas últimas são explicações indiretas dos resultados de disputas majoritárias no Brasil – indiretas por não se relacionarem às campanhas propriamente ditas. Elas são a avaliação prévia que os eleitores fazem do governo em disputa e a reeleição. Parte-se do princípio de que há maiores chances de manutenção do grupo que está no governo se a administração em

¹ Nesse artigo tratamos sempre da análise agregada do resultado eleitoral e não da análise microsocial da decisão do voto.

² A literatura brasileira também encontrou evidências sobre o efeito dos recursos de campanha na votação para cargos proporcionais. Ver Carneiro e Schmitt (1995), Kuschnir, Carneiro e Schmitt (1998) e Schmitt, Carneiro e Kuschnir (1999) sobre a relação entre tempo de propaganda e proporção de votos dados aos partidos. Samuels (2001a; 2001b; 2001c), Pereira e Rennó (2001 e 2007), Peixoto (2010 e 2014), Speck e Mancuso (2013), Mancuso e Speck (2015) e Araújo, Silotto e Cunha (2015) exploram a relação entre dinheiro e voto para os cargos legislativos.

disputa for bem avaliada pelos eleitores (Carreirão, 2002; Carreirão, 2004; Camargos, 1999; Lavareda e Telles, 2011). Finalmente, a reeleição tem sido tratada como fator decisivo no resultado eleitoral, ainda que o tema seja controverso e a ocupação do cargo por si só não explique o sucesso eleitoral de reeleitos (Brambor e Ceneviva, 2012). As evidências empíricas sugerem que a vantagem relaciona-se a fatores ligados diretamente ao exercício do cargo, tais como a visibilidade conferida pelo cargo, a capacidade de reunir apoio político e angariar recursos financeiros, o controle dos gastos públicos e a força de dissuadir oponentes competitivos de concorrer (Barreto, 2009; Deliberador e Komata, 2010).

A revisão da literatura brasileira sobre efeitos de campanha, no entanto, revela uma lacuna importante. Os estudos encontrados buscam, basicamente, medir o efeito de cada uma dessas variáveis individualmente sobre o voto. Não há a preocupação de testar o efeito conjunto dessas variáveis sobre o comportamento do eleitor. A exceção é o trabalho de Cervi e Speck (2016) que investiga simultaneamente o peso do dinheiro e do tempo de TV no universo dos 5.560 municípios brasileiros em 2012. Nesse artigo, nosso objetivo é suprir parte dessa lacuna ao oferecer uma análise descritiva do impacto conjunto do tempo de propaganda, do financiamento de campanha, da avaliação de governo e da reeleição sobre os resultados eleitorais das disputas para presidente, governador de Estado e prefeitura das 26 capitais ocorridas entre 2002 e 2014, totalizando 1.281 candidaturas.

Ao mesmo tempo, propomos debater uma nova tipologia dos candidatos a cargos majoritários no Brasil. As análises que investigam a força dos governantes no sucesso eleitoral vêm ignorando que existem tipos distintos de candidatos, sendo possível propor uma tipologia segundo quatro níveis de governismo: candidatos à reeleição, candidatos à reeleição que substituíram os titulares no curso do mandato, candidatos governistas e, por último, de oposição. A nossa análise mostra claramente haver uma hierarquia de força entre eles, tendo os candidatos que concorrem à reeleição após quatro anos a maior taxa de sucesso nos três níveis de disputa majoritária analisados aqui. Os dados mostram ainda que o sucesso dessas candidaturas depende de recursos de campanha distintos. Enquanto a avaliação de governo é a variável preditiva mais forte para candidatos à reeleição, o tempo de propaganda no rádio e na televisão aparece como a variável que explica melhor o desempenho de opositores. Se considerarmos que o tempo de HGPE é consequência do volume de representação na Câmara de Deputados do partido ou partidos da coligação, podemos estabelecer como pressuposto que a estruturação político-partidária das campanhas de oposição é fundamental para o sucesso

dessas candidaturas. Campanhas de oposição isoladas, de partidos pequenos ou coligações débeis tendem a ter menor tempo de HGPE e, por consequência, menos chances de sucesso.

A partir daqui o argumento principal do artigo é apresentado em três partes. Na primeira, fazemos o debate sobre a nova tipologia dos candidatos brasileiros. Nessa seção, apresentamos as evidências iniciais de que existe hierarquia de forças segundo os tipos de candidatos, sendo o candidato titular à reeleição o mais forte entre todos. No tópico seguinte apresentamos as variáveis do modelo explicativo e discutimos os principais resultados dos testes de regressão para medir os impactos conjuntos das variáveis explicativas na variação dos percentuais de votos dos 1.281 candidatos analisados aqui. Além das análises por cargo e tipo de candidato, dividimos os casos entre eleitos e derrotados, para identificar que tipo de variável tem mais ou menos peso não apenas para a variação de votos, mas também para o sucesso ou insucesso da campanha. Por fim, no último tópico debatemos as principais conclusões.

2. UMA NOVA TIPOLOGIA PARA OS CANDIDATOS A CARGOS MAJORITÁRIOS NO BRASIL

Essa seção tem por objetivo propor uma nova tipologia dos candidatos a cargos majoritários no Brasil. A partir da revisão dos estudos eleitorais brasileiros que investigaram a força dos governantes nas eleições, é possível identificar que eles negligenciaram um aspecto importante. Esses estudos não levam em consideração que existem dois tipos distintos de candidatos à reeleição no Brasil. Como se sabe, a emenda da reeleição, aprovada em 1997, passou a permitir que presidentes, governadores e prefeitos *e quem os houver sucedido no curso do mandato* (grifo nosso) têm o direito a concorrer a um segundo mandato consecutivo³. Essa situação cria, portanto, dois tipos distintos de candidatos à reeleição: os titulares e os substitutos, ou seja, a reeleição daqueles que foram eleitos e tentam o segundo mandato consecutivo após quatro anos e os que herdaram o mandato no meio e buscam continuar no cargo. A reeleição de titular é mais forte, pois foi ele quem disputou a eleição anterior. Muitas vezes o substituto não é conhecido pelo eleitor por não possuir carreira

³ Os estudos sobre reeleição não deixam claro se analisam os dois tipos ou apenas aqueles que chamamos de “titulares” (Barreto, 2009; Deliberador e Komata, 2010; Brambor e Ceneviva (2012). Esse problema está presente também nos estudos sobre financiamento eleitoral em eleições majoritárias, tendo apenas a distinção entre governantes e desafiantes (Speck e Mancuso, 2013; Codato, Cervi e Perissinoto, 2013; Araújo, Silotto e Cunha, 2015); Cervi e Speck, 2016).

política tão longa quanto o titular ou não ter o mesmo volume de visibilidade que ele tem ao longo do mandato.

Essa peculiaridade da reeleição brasileira nos leva a propor uma tipologia dos candidatos a cargos majoritários que considera quatro níveis de governismo: candidatos à reeleição “titulares”, candidatos à reeleição “substitutos”, candidatos “governistas” e candidatos “oposicionistas”. Candidatos à reeleição titulares, como dito acima, são aqueles que foram eleitos pelo voto popular e disputaram o segundo mandato consecutivo quatro anos depois. Candidatos à reeleição “substitutos” tentam a reeleição, mas não foram eleitos como titulares no pleito anterior, na maioria das vezes os candidatos a vice. Em geral, a substituição ocorre por dois motivos. Primeiro, quando o governante decide se desincompatibilizar do cargo cedendo lugar ao vice. São exemplos dessa situação o governador Luiz Fernando Pezão (Rio de Janeiro, 2014) e o prefeito Luciano Ducci (Curitiba, 2012). Segundo, quando a justiça cassa o mandato do eleito e nomeia para o cargo o segundo candidato mais votado na eleição anterior. Hugo Napoleão, que assumiu o governo do Piauí em 2001 após o TSE cassar o mandato de Mão Santa, pode ser apontado como exemplo. Governistas são os candidatos que representam o governo nas eleições e, portanto, agregam o apoio do atual mandatário, como Dilma Rousseff, na campanha presidencial de 2010⁴. Finalmente, candidatos “oposicionistas” são todos aqueles que buscam se eleger sem o apoio do atual governante.

A tabela a seguir apresenta a distribuição dos 1.281 candidatos que disputaram as eleições majoritárias nacionais, para presidente ou governador, em 2002, 2006, 2010 e 2014 e para as prefeituras das 26 capitais de Estado nas eleições de 2004, 2008 e 2012⁵, segundo as categorias propostas. Do total de candidatos analisados no período, há 74 candidatos à reeleição do tipo “titular”, 40 candidatos à reeleição “substitutos”, 73 “governistas” e 1094 “oposicionistas”. As evidências iniciais sugerem que faz sentido a tipologia que propomos. A taxa de sucesso eleitoral dos candidatos à reeleição “titulares” é de 77%. Ela cai para 55% entre os candidatos à reeleição “substitutos”, recua para 36% entre os governistas e atinge 8% entre os oposicionistas.

⁴ Consideramos como governistas os candidatos que tiveram o partido do governante em sua coligação.

⁵ Foram inseridos nos modelos, ao todo, 33 candidatos à presidência, 699 a governador de Estado e 549 a prefeitos de capitais. Consideramos apenas os candidatos que apresentaram alguma votação e que prestaram contas de campanha à justiça eleitoral. Alguns candidatos que chegaram ao final da campanha não fizeram prestação de contas à justiça eleitoral, por isso, dada a importância das receitas de campanha como variável explicativa para o sucesso eleitoral, resolvemos excluir esses casos.

Tab. 1 - Número de Casos em Análise para eleições de 2002 a 2014

A força relativa dos diferentes tipos de candidatos pode ser observada adicionalmente quando associamos com o tempo de propaganda no rádio e na televisão, a partir do posicionamento desses candidatos no ranking de magnitude do tempo de propaganda e a sua colocação ao final do primeiro turno. De uma maneira geral, candidatos que iniciam a campanha com o maior tempo de propaganda terminam o primeiro turno como o mais votado em 57% das vezes, conseguindo se eleger sem a necessidade do segundo turno em 33% dos casos. Os dados mostram que são raras as vezes que um candidato vence a eleição no primeiro turno se não ocupar uma das duas primeiras colocações no ranking do tempo. A pesquisa registrou dois casos vitoriosos entre os que iniciaram a campanha com o terceiro maior tempo e outros dois com o quarto. Os candidatos que se enquadram nessas últimas situações são Tadeu Palácio (São Luiz, 2004), Wellington Dias (Piauí, 2002), Paulo Hartung (Espírito Santo, 2002) e Ronaldo Lessa (Alagoas, 2002), respectivamente.

O tempo de televisão tem impacto diferenciado dependendo do tipo de candidato. Numa análise preliminar, a relação mostra-se mais forte entre os candidatos à reeleição titulares, seguidos por candidatos à reeleição de substitutos, governistas e, por último, oposicionistas. Quando o candidato combina a prerrogativa de ser um candidato à reeleição de tipo titular com o maior tempo de televisão ele é altamente competitivo. É notável observar que, em situações do tipo, esse candidato é eleito no primeiro turno em 67% das vezes e, igualmente importante, avança para o segundo em 28% dos casos. Há o registro de apenas dois candidatos que buscaram a reeleição quatro anos depois de eleitos com o maior tempo mas não conseguiram sequer avançar para a disputa em segundo turno. São eles Renato Casagrande (Espírito Santo/2014) e Agnelo Queiroz (Brasília/2014). Como se observa, até 2014 nenhum candidato à reeleição com a maior soma de tempo havia ficado de fora do segundo turno.

Candidatos à reeleição substitutos também são competitivos, embora num nível inferior. Dentro do universo pesquisado, 36% conseguem se eleger no primeiro turno, 45% avançam para o segundo e 38% (seis candidatos) são derrotados diretamente. São eles Hugo Napoleão (Piauí/2002), Carlos Gaguim (Tocantins/2010), Iberê (Rio Grande do Norte/2010), Sandoval Cardoso (Tocantins/2014) e Zé Filho (Piauí/2014) – candidaturas que terminaram em segundo, mas sem chance de disputar a reeleição – e o prefeito curitibano Luciano Ducci (2012). Ducci assumiu a prefeitura da capital paranaense em 2010, dois anos antes da eleição,

quando o então prefeito Beto Richa (PSDB) deixa o cargo para eleger-se governador. No Piauí, Hugo Napoleão tornou-se governador em novembro de 2001, após a cassação de Mão Santa. Gaguim é eleito indiretamente pela Assembleia Legislativa do Tocantins, em outubro de 2009, quando os últimos recursos contrários à cassação de Marcelo Miranda foram julgados improcedentes. Iberê e Zé Filho assumem o comando de seus estados após a renúncia dos titulares Wilma de Faria e Wilson Martins, respectivamente, que tentaram sem sucesso uma vaga no Senado. Finalmente, Sandoval Cardoso assume o governo de Tocantins também de maneira indireto, em maio de 2015, sendo eleito pela Assembleia Legislativa após a renúncia do governador Siqueira Campos e do seu vice, João Oliveira.

Tab 2 - Padrão de votação dos tipos de candidatos por tempo de televisão

Não possuem a mesma competitividade candidatos que concorrem à reeleição, titular ou substituto, que não dispõem do maior tempo de propaganda. Observa-se que aqueles com o segundo maior tempo de televisão que buscam o segundo mandato consecutivo terminam, na maior parte das vezes, como líder no ranking de votação. Os eleitos são 38% (dez candidatos) entre reeleitos titulares e apenas um entre substitutos. Este é o caso de Fernando Pimentel, quando eleito prefeito de Belo Horizonte em 2004, após assumir no lugar de Célio de Castro. Pimentel tinha apenas 30% do tempo de propaganda e sagrou-se eleito com 69% dos votos válidos. Nas demais colocações do ranking, o resultado é pior. É raro existir candidatos à reeleição – titulares ou não – com o terceiro ou o quarto maiores tempos. Apenas 15, dentro de um universo de 114, não tinham o primeiro ou o segundo maior tempo. Desse total, dois candidatos à reeleição – um titular e outro substituto - não conseguiram ir para o segundo turno: Lúcio Alcântara (Ceará/2006) e Benedita da Silva (Rio de Janeiro/2002).

Candidatos que disputam a continuidade também se mostram altamente competitivos. Esses são os casos de políticos que representam o governo em andamento e concorrem com o apoio do mandatário. Foram incluídos nessa categoria todos aqueles que pertenciam ao partido do atual governante ou que possuíam esse partido em sua coligação. Assim, por exemplo, José Serra (PSDB) foi considerado como a continuidade do prefeito Gilberto Kassab (PDS) na eleição de 2012 para a cidade de São Paulo dado que o partido de Kassab estava incluído em sua coligação. Novamente, os dados revelam que candidatos que conjugam o apoio do governante com maior tempo de televisão terminam a maior parte das vezes como o mais votado no primeiro turno. Entre os candidatos que largaram com o maior tempo de televisão e representavam o prosseguimento do atual governo, 32% terminam o primeiro turno eleitos,

29% na primeira colocação, mas tendo que disputar o segundo turno e 15% em segundo ainda com chances de vencer no segundo turno. Finalmente, até candidatos da oposição são competitivos quando conseguem o maior tempo. Embora o percentual de eleitos diretamente seja de apenas 15%, ao menos outros 45% conseguem avançar para o segundo turno.

A essência dos dados mostrados acima é que, quando o candidato dispõe do maior tempo de televisão no começo da disputa, ele vence no primeiro turno ou avança para o segundo em 74% das vezes. A mesma situação se repete para 46% dos que conseguiram reunir o segundo maior tempo e cai ainda mais para os terceiros, 15%. Quando esse mesmo candidato alia à sua estrutura de campanha a prerrogativa de disputar o segundo mandato após mandato de quatro anos, os dados revelam perfil quase imbatível: nada menos do que 95% dos políticos enquadrados nessa categoria encerraram o primeiro turno pelo menos com a vaga assegurada no segundo turno. A seção seguinte propõe um modelo estatístico mais rigoroso para verificar a hipótese do impacto do tempo de televisão sobre o voto. Na próxima seção, quando controlamos os efeitos do HGPE com as outras duas variáveis explicativas (recursos financeiros e avaliação de governo), será possível perceber que o tempo de propaganda perde força explicativa para os candidatos à reeleição (titulares e substitutos) e mantém-se com força para explicar os votos dos opositoristas.

3. UM MODELO DESCRITIVO DOS EFEITOS DO TEMPO DE PROPAGANDA EM CONJUNTO COM RECURSOS FINANCEIROS E AVALIAÇÃO DE GOVERNO SOBRE O VOTO

Nesta seção faremos testes para verificar a hipótese do impacto conjunto e separado dos recursos de campanha (receitas em dinheiro), da avaliação de governo e do recurso político do tempo de campanha no rádio e televisão. As análises estão divididas em duas partes. Na primeira, testaremos os efeitos do dinheiro, da avaliação de governo e do tempo de televisão para a eleição ou derrota dos candidatos em conjunto. Na segunda parte, testaremos os efeitos das duas variáveis independentes sobre a possibilidade ou não de eleição por cargo em disputa (presidente, governador ou prefeito de capital) e por tipo de candidato (à reeleição, à reeleição como substituto, governista ou de oposição). Não faremos este último teste para as disputas presidenciais em função do baixo número de candidatos no período analisado.

Como não pretendemos usar o modelo de regressão para previsões, não trataremos aqui das estatísticas de ajustamento do modelo e preditivas. Focaremos a atenção nas estatísticas

descritivas, em especial nas que comparam os efeitos do dinheiro e do tempo de televisão para a eleição dos candidatos. Ainda assim é preciso testar possíveis colinearidades entre as variáveis explicativas, dado que há uma tendência de associação entre candidatos de partidos com grande parcela do horário eleitoral também apresentarem as maiores receitas de campanha. Se as duas variáveis forem colineares, o modelo de regressão não pode ser usado nem mesmo para descrever o que já aconteceu, pois os efeitos seriam majorados artificialmente no modelo. A tabela a seguir mostra os coeficientes de dois testes de colinearidade para as variáveis “tempo de HGPE”, “receita de campanha” e “avaliação” (considerando o percentual de avaliação positiva do governo em disputa) em regressão com resultado eleitoral. Para não existir colinearidade entre as variáveis, o coeficiente de tolerância deve estar acima de 0,100 e o coeficiente do Fator de Inflação da Variância (VIF para sigla em inglês) deve estar abaixo de 10,0. Os resultados mostram que os coeficientes ficam muito distante dos limites estatísticos, portanto, podemos seguir adiante com os modelos propostos aqui.

Tab. 3 - Teste de Colinearidade das variáveis explicativas

O interessante é que apesar da indicação de inexistência de colinearidade, percebe-se que no caso dos candidatos de oposição os valores ficam mais próximos dos limites (exceto para avaliação positiva do governo em disputa), sendo mais baixos no caso do índice de tolerância e mais altos no VIF do que nos demais tipos de concorrentes. Isso mostra que para os candidatos de oposição as variáveis “percentual de tempo de HGPE”, “percentual da receita em Reais” tendem a ser mais colineares do que “percentual de avaliação bom e ótimo da administração em disputa”.

Comprovada a possibilidade de descrever os efeitos conjuntos das três variáveis explicativas, a partir daqui aplicaremos os modelos de regressão, em especial os coeficientes angulares, para cada tipo de candidato, por cargo em disputa. Aqui, a variável dependente é o percentual de votos recebidos e, mantendo o modelo explicativo, as variáveis independentes são o “percentual de tempo HGPE do candidato”, “participação percentual do candidato nas receitas de campanha declaradas” e “soma dos percentuais de avaliação bom e ótimo do governo em disputa”. É preciso considerar que enquanto as duas primeiras variáveis dizem respeito às informações relativas aos candidatos e suas campanhas, a variável “avaliação positiva” diz respeito ao governo em disputa e não aos concorrentes. Com isso, espera-se um efeito distinto do das demais variáveis explicativas sobre as variações de votos dos concorrentes.

Como não há casos suficientes para uma regressão em todos os tipos de candidatos, a análise para o cargo de presidente da república reúne todos os 33 casos em uma única regressão. Os resultados são os que seguem na tabela 5 abaixo.

Tab. 4 – Principais coeficientes para regressão linear - % votos Presidente

O modelo geral mostra que avaliação positiva da administração em curso não é estatisticamente significativa para descrever a votação do candidato e o coeficiente, apesar de muito baixo, é negativo. Isso é consequência de termos todos os candidatos no mesmo modelo e um número maior de opositoristas com votações significativas em comparação ao número de reeleitos – para os quais a avaliação de governo conta positivamente. Assim, espera-se que a maior votação de opositoristas tenha impacto sobre a direção do sinal do coeficiente, que é negativa. No modelo, a variável que mais explica o percentual de votos no candidato é receita declarada de campanha, com 0,504 percentual a mais de voto para cada 1% a mais de participação nas receitas declaradas. Em seguida, com pouco mais de metade do efeito, vem Tempo de HGPE, também positiva. Em resumo, para explicar o voto para presidente o principal fator foi o recurso financeiro de campanha, seguido de tempo de HGPE. A avaliação do governo não explicou as votações nas diferentes eleições para presidente do Brasil no período. Esses resultados retratam uma situação em que as disputas em análise foram explicadas mais por variáveis de curto prazo (presença no HGPE e recursos financeiros para a campanha). Ainda que em todas as eleições os candidatos à reeleição ou indicados pelo então presidente tenham estado entre os que apresentaram maiores arrecadações de recursos de campanha e o primeiro ou segundo colocado na participação de tempo do horário eleitoral.

A próxima regressão considera todos os 592 candidatos a governos de Estado do período, divididos nos quatro tipos de candidatos. Os resultados variam entre os tipos de candidatos na direção esperada pelas hipóteses apresentadas pela literatura da área. No caso dos candidatos à reeleição, tanto os eleitos quanto os substitutos, a variável com maior força explicativa é a avaliação positiva da administração, ou seja, as variáveis de curto prazo da campanha explicam menos que o bom desempenho na gestão do governo em disputa. Já quando o candidato é apoiado pelo governante, mas não é titular do cargo em disputa, a avaliação positiva não tem o mesmo impacto sobre as variações dos percentuais de votos. Para a votação do candidato governista, o maior coeficiente angular é de receita de campanha (0,374), seguido de perto do impacto do tempo de HGPE (0,355). Isso indica que as duas variáveis de curto prazo, relacionadas diretamente à organização da campanha e coalizões

partidárias formadas, explicam o desempenho dos candidatos. Também para os candidatos oposicionistas as variáveis de curto prazo são mais importantes para explicar os votos do que a avaliação de governo. No entanto, a variação de tempo do HGPE tem coeficiente de 0,666, bem acima do coeficiente angular dos recursos de campanha para explicar os votos oposicionistas (0,387). Isso significa que os candidatos de oposição que tiveram melhores votações nas campanhas para governador foram os que contavam com maiores participações no horário eleitoral, não necessariamente com maior participação nos recursos financeiros declarados pelas campanhas.

Tab. 5 - Principais coeficientes para regressão linear - % votos Governador

Assim como esperado, a avaliação positiva do governo em disputa tem impacto negativo (-0,037) sobre o percentual de votos dos candidatos de oposição. No entanto, a contribuição é muito baixa, perto dos efeitos gerados pelas variáveis de campanha. De maneira geral as análises devem considerar as diferenças de magnitudes de casos em cada categoria de candidatos. As três primeiras giram em torno de três a quatro dezenas de concorrentes, enquanto há quase 600 candidatos de oposição. Esse maior número pode ser responsável pela maior variabilidade dentro do modelo. No entanto, os coeficientes r^2 de todas as categorias giraram em torno de 0,70, o que é um valor de ajustamento de médio para alto.

As disputas para prefeitos de capitais geram resultados muito similares aos anteriores por tipo de concorrente. Candidatos à reeleição, titulares ou substitutos, apresentam como maior explicação para o desempenho eleitoral a avaliação positiva do governo em disputa. A particularidade aqui é que no caso dos substitutos candidatos à reeleição o coeficiente angular de receitas de campanha (0,496) fica mais próximo do coeficiente da avaliação positiva do governo (0,596), indicando que quando o candidato à reeleição não é o prefeito eleito anteriormente, a variável de curto prazo ganha importância. No caso de governistas e oposicionistas, a similaridade está em que a maior explicação se dá com a variável tempo de HGPE. Para os candidatos governistas, depois de tempo de HGPE vem avaliação do governo, com coeficiente positivo, indicando que embora não seja o elemento mais importante na explicação das variações dos votos, ter sido indicado por um prefeito bem avaliado está associado a conseguir votações altas. Já para os oposicionistas, tempo de HGPE é o mais importante, seguido de receitas de campanha. Assim como no caso das campanhas para governador, a avaliação positiva do governo em disputa explica menos a variação de votos dos candidatos de oposição.

Tab. 6 - Principais coeficientes para regressão linear - % votos Prefeito

Os números de candidatos a prefeito variam nas mesmas proporções das disputas para governador de Estado, com algumas dezenas de casos nas três categorias iniciais e várias centenas entre os candidatos de oposição. Uma diferença é que os ajustamentos tendem a ser mais baixos nos modelos das disputas municipais, exceto para os titulares candidatos à reeleição, com r^2 de 0,841, todos os demais ficam abaixo das mesmas categorias das disputas aos governos de Estado. Isso indica que para reeleição de substituto, governista e opositorista como prefeito de capitais outras variáveis que não as consideradas no modelo deveriam ser introduzidas para explicar as variações de votos.

Os resultados apresentados até aqui mostram que a variável que mais explica o desempenho eleitoral dos candidatos à presidência é a participação no volume de recursos financeiros de campanha. Para governador e prefeito de capital, os candidatos à reeleição (titulares ou substitutos) têm votações explicadas principalmente pela avaliação positiva de seus governos. Já os candidatos governistas e opositoristas têm os votos mais associados com o tempo de HGPE. A diferença é que para os governistas a avaliação do governo é a segunda explicação mais forte, enquanto que para os opositoristas, os recursos financeiros ocupam o segundo posto na explicação do desempenho.

A partir daqui modificamos a forma de distribuir os candidatos, ao invés de tipos de candidaturas, os dividimos entre eleitos e derrotados. O objetivo é verificar o peso de cada uma das variáveis sobre as distribuições dos votos, mas, agora, separando-os entre os que foram eleitos e os derrotados. Antes de analisarmos os resultados dos efeitos conjuntos, a partir dos testes de regressão, a tabela 8 a seguir mostra as médias para cada variável explicativa por cargo e tipo de candidato, separando os eleitos dos não eleitos. As três colunas da direita da tabela (Diferença) mostram em pontos percentuais as diferenças entre as médias encontradas para os eleitos em relação aos derrotados. Sempre que a diferença é positiva, significa que a média dos eleitos é maior que a média dos derrotados e o inverso vale para diferenças com valores negativos. No caso de presidente, só é possível encontrar diferenças médias entre dois tipos de candidatos (governista e opositorista). Nestes casos, tanto governistas quanto opositoristas têm maiores médias de tempo de HGPE, enquanto o opositorista eleito apresenta 13 pontos percentuais a mais que a média dos opositoristas derrotados. Já entre candidatos governistas a diferença entre as médias é de apenas um ponto percentual. Em termos de avaliação positiva do governo, quando o candidato a presidente

governista é eleito a diferença fica em 53 pontos percentuais em relação ao governista derrotado. Já entre os opositoristas a diferença é de -24 pontos percentuais, ou seja, o opositorista é eleito quando a avaliação de governo está mais baixa. Quanto aos recursos de campanha, candidato governista é eleito com 20 pontos percentuais a mais em relação à média dos derrotados, enquanto que os opositoristas eleitos apresentam 32 pontos percentuais a mais de recursos de campanha do que os derrotados.

Tab. 7 – Médias e diferenças em pontos percentuais para eleitos e derrotados por cargo

Nos casos das diferenças entre eleitos e derrotados por cargo para governador e prefeito, há algumas similaridades. As maiores diferenças entre eles tendem a estar nos recursos de campanha, com os eleitos apresentando quase sempre mais de 10 pontos percentuais de diferença sobre os derrotados para todos os tipos de concorrentes. Os únicos casos em que as médias dos derrotados são maiores que dos eleitos acontecem em avaliação positiva de governo para candidatos de oposição, indicando também, assim como no caso de presidente, que quando candidato de oposição é eleito, a avaliação positiva do governo tende a ser mais baixa do que a média dos casos em que o candidato de oposição é derrotado. Essas diferenças de médias entre eleitos e derrotados mostram que a avaliação positiva de governo tende a ser a principal explicação para reeleição de titular ou substituto, o tempo de horário eleitoral tende a explicar o desempenho dos candidatos de oposição e os recursos de campanha ganham força quando se trata de explicar o sucesso do candidato governista. O gráfico 1 a seguir apresenta as distâncias dos valores padronizadas (z) para as médias de eleitos e derrotados por cargo e tipo de candidato. As disputas para presidente, com casos apenas para governistas e opositoristas, apresentam condições opostas. Para os governistas eleitos a maior diferença positiva fica para avaliação de governo, enquanto que os opositoristas eleitos tiveram maior peso positivo para recursos de campanha e tempo de HGPE.

Gráf. 1 – Valor Z das diferenças entre eleitos e derrotados por cargo e tipo de candidato

Nos casos de governador e prefeito de capital, as diferenças mais positivas são de avaliação do governo, seguido de tempo de HGPE para reeleição do titular e, no caso de prefeitos de capitais, recursos de campanha para os substitutos que disputam a reeleição. O comportamento das diferenças de médias dos candidatos governistas às prefeituras é parecido com o de governistas candidatos a presidente. Já no caso de candidatos a governador governistas, a maior diferença positiva fica em recursos de campanha. Os comportamentos

das médias dos opositoristas são similares para todos os três cargos. As diferenças positivas ficam nos recursos de campanha e em tempo de horário eleitoral, enquanto que a avaliação positiva de governo sempre está abaixo de zero, quando os valores são padronizados ao redor da média.

Para testar esses primeiros achados, usaremos os coeficientes padronizados de Beta a fim de explicar as variações dos percentuais de votos, por permitirem a comparação direta entre os grupos. Assim é possível comparar os efeitos das variáveis explicativas por cargo e situação do candidato. No caso de presidente, o baixo número de concorrentes impede a geração de todos os modelos. Dos gerados, entre os candidatos reeleitos há colinearidade entre os efeitos de avaliação positiva, HGPE e recursos financeiros. No caso do cargo de presidente o modelo não apresentou as estatísticas para cada uma das categorias dado o baixo número de candidatos. Não houve candidato à reeleição derrotado entre 2002 e 2014. Apenas um governista derrotado (José Serra, em 2002). Foram dois titulares reeleitos (Lula, em 2006, e Dilma Rousseff, em 2014); um governista eleito (Dilma Rousseff, em 2010) e um candidato de oposição eleito (Lula, em 2002). A única categoria de candidatos a presidente para qual o modelo apresenta resultados estatísticos é a de opositoristas derrotados, que no período somam 28 concorrentes. Em todas as categorias de candidatos para governador e prefeitos de capitais há número suficiente de casos para a regressão linear.

Para presidente, entre os candidatos de oposição a variável que apresenta o maior coeficiente padronizado é recursos de campanha, com 0,505. Em segundo lugar vem o tempo de HGPE e próximo a zero, porém, negativo, a avaliação positiva do governo – o que reforça os resultados anteriores. Entre os candidatos derrotados aos governos de Estado, o maior beta padronizado foi do impacto de recursos financeiros para governistas (0,788), seguido por tempo de HGPE para concorrentes da oposição (0,497). Já entre os eleitos, a avaliação positiva de governo apresenta os maiores coeficientes e únicos estatisticamente significativos, com 0,725 para reeleição do titular e 0,829 para reeleição do substituto.

Tab. 8 – Comparação de coeficientes entre derrotados e eleitos

Nas disputas para prefeitos de capitais, entre os derrotados as variáveis mais fortes são tempo de HGPE para concorrentes governistas e opositoristas. Nos candidatos à reeleição derrotados, os titulares do cargo apresentam alto coeficiente negativo (-0,974) com votos, ou seja, existem casos em que mesmo bem avaliados os prefeitos que concorrem à reeleição não

conseguem ser bem votados. O coeficiente de avaliação de governo também é alto para reeleição de substituto, porém, positivo (0,923). Já entre os prefeitos eleitos, a maior explicação é a avaliação de governo, com (0,853) de coeficiente. Os recursos de campanha também são significativos, embora em coeficiente mais baixo (0,277). Entre os substitutos candidatos à reeleição, os recursos de campanha são os mais importantes (0,914). Nos governistas, a avaliação de governo apresenta relação negativa, com -0,868, o que indica que quanto maior a avaliação positiva do governo, menor a votação do candidato governista eleito. Verdade que é o terceiro impacto em termos de peso, pois os recursos de campanha apresentam beta padronizado maior (1,407). Por fim, tempo de HGPE é a variável que apresenta maior coeficiente padronizado para as variações de votos dos opositoristas eleitos.

Em resumo, as variáveis inseridas no modelo explicam mais os desempenhos dos eleitos do que dos derrotados, reforçando a necessidade de diferenciação dos tipos de candidatos para as análises. Há mais semelhanças do que diferenças entre as explicações de resultados de candidatos a governo e a prefeituras de capitais. Em todos os casos, quando o candidato à reeleição tem alta aprovação de governo, tende a depender menos dos fatores de curto prazo de campanha, recursos e horário eleitoral, como era esperado. A diferença é que isso se aplica principalmente a governador. No caso de prefeito, quando o candidato à reeleição é substituto ao titular, o que mais explica a variação de voto é o volume de recursos financeiros na campanha. Além disso, HGPE ganha importância para o bom desempenho dos candidatos de oposição, principalmente para prefeituras de capitais. Nas disputas de governos de Estado o mais importante para os opositoristas é o volume de recursos financeiros de campanha.

4. CONCLUSÕES

Antes de tratarmos dos “achados” propriamente ditos da análise é preciso ressaltar as limitações deste estudo. Sempre que buscamos explicações com efeitos controlados, via regressão linear múltipla, estamos abrindo mão dos detalhes inerentes a cada variável. Por exemplo, não podemos considerar aqui os efeitos dos conteúdos e das estratégias discursivas dos candidatos quando tomamos apenas a distribuição proporcional dos tempos de HGPE. Se, por um lado, estar mais tempo que os demais concorrentes em rede de rádio e televisão é importante, por outro, se o conteúdo apresentado não for o esperado pelos eleitores, o resultado pode ser o inverso do esperado. Também não entramos no detalhamento das fontes de financiamento de campanha ao considerarmos apenas as participações percentuais sobre o total declarado. O tipo de financiador, por exemplo, maior ou menor participação do partido

ou de pessoas físicas, no total declarado ajudaria a matizar as diferenças dos efeitos do dinheiro sobre o voto. Não detalhamos o tipo de gasto dos recursos, pois se por um lado é importante ter mais dinheiro na campanha, também é relevante pensar que a forma como se aplicam os recursos tem efeito sobre os resultados das campanhas. Por fim, também não foi nosso objetivo aqui detalhar os motivos da aprovação do governo, ou de sua baixa avaliação positiva. Evidente que uma avaliação positiva do governante deslocada da avaliação positiva do governo tende a reduzir o impacto da posição favorável da opinião pública sobre a possibilidade de reeleição do candidato. Todas estas questões, de forma separada e por abordagens distintas, têm sido tratadas por pesquisadores da área com resultados que de maneira geral indicam a relevância das explicações sobre o resultado das disputas.

Por outro lado, a análise proposta aqui tem a vantagem de permitir a identificação de padrões gerais de influência de cada variável explicativa controlada pelas demais sobre a variação de votos por tipo de candidato. A primeira variável, tempo de HGPE, mostrou-se importante preditor de voto para candidatos opositoristas, tanto a governos de Estado quanto a prefeituras de capitais. Foi o que mais explicou a variação de votos para eleitos e, principalmente, para opositoristas derrotados. Isso mostra que o HGPE teve sim, nos casos analisados aqui, o papel de promover a redução de diferenças nas condições de disputa entre os que estavam no governo e os candidatos desafiantes. No que diz respeito aos cargos, o HGPE teve um impacto maior para as disputas a governos de Estado do que nas prefeituras, indicando também um reforço do pressuposto de que o horário eleitoral em rádio e televisão é mais importante em disputas mais distantes do eleitor. No nível municipal ele é relevante, porém, em menor proporção.

A segunda variável de curto prazo, relacionada à campanha, inserida no modelo, que é a participação percentual no total de recursos financeiros declarados de campanha, mostrou-se mais importante para explicar a variação nos percentuais de votos para as categorias intermediárias de candidatos (governista e reeleição de substituto). Em especial, dinheiro explica mais o voto para concorrentes governistas, que não estão investidos no cargo em disputa, mas mantém vínculos com o grupo político que está no poder. Esse é o tipo de candidato que tem acesso mais livre – inclusive por não estar no governo – aos grandes financiadores, por um lado, porém, por outro, também está mais sujeito a ser vinculado às críticas de opositoristas.

Finalmente, a avaliação de governo mostrou-se mais associada à variação de votos dos candidatos à reeleição. Mesmo quando controlada pelas variáveis de campanha, ser presidente, governador ou prefeito que disputa o próprio cargo e estar bem avaliado é o que melhor explica a variação do percentual de votos, tanto para o titular, quanto para o substituto. E o efeito é ainda maior quando as análises são feitas separadamente para derrotados e eleitos. No caso, o efeito negativo para os candidatos à reeleição derrotados é positiva para os eleitos. Ou seja, o instituto da reeleição estabeleceu, na prática, a possibilidade de um mandato de oito anos com uma avaliação no meio do período. Se for positiva, o governante fica. Se não, a possibilidade de abrir espaço para um opositor cresce bastante. Com esses resultados esperamos contribuir para uma agenda de pesquisa que procure incluir novas explicações para o desempenho eleitoral, em especial no caso de cargos majoritários, ao mesmo tempo em que buscamos demonstrar a importância de se distinguir os diferentes tipos de candidatos para cada cargo, pois os efeitos do tempo de HGPE, dinheiro e opinião pública não são os mesmos para um candidato à reeleição, um governista e um opositor.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Victor, SILOTTO, Grazielle e CUNHA, Lucas Rodrigues. (2015), Capital político e financiamento eleitoral no Brasil: uma análise empírica da estratégia das empresas na alocação de recursos de campanha. *Teoria & Sociedade*, vol. 23, nº 2, pp. 126-157.

BARRETO, Alvaro. (2009), Reelection de prefeitos no Brasil do período de 1996 a 2008. *Debates*, vol. 3, nº 2, pp. 97-115.

BORBA, Felipe e Figueiredo, Marcus. (2014), Quanto vale o voto da TV? *Insight Inteligência*, vol. 64, nº 1, pp. 101-114.

BORBA, Felipe, VEIGA, Luciana e BOZZA, Flavia. (2015), Propaganda negativa na eleição presidencial de 2014. Ou como tudo que é frágil se desmancha no ar. *Revista Estudos Políticos*, vol. 6, nº 1, pp. 182-200.

BRAMBOR, Thomas e CENEVIVA, Ricardo. (2012), Reelection e continuidade nos municípios brasileiros. *Novos Estudos*, vol. 93, nº 2, pp. 9-31 .

CAMARGOS, Malco. (1999), Do Bolso para as Urnas. A Influência da Economia na Escolha entre Fernando Henrique e Lula. Dissertação de Mestrado. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

CARLOMAGNO, Márcio Cunha. (2015), Como o candidato alcança seu eleitor? Mensurando estratégias eleitorais por meio dos gastos de campanha nas eleições de 2012. *Teoria & Sociedade*, vol. 23, nº 2, pp. 158-191.

CARNEIRO, Leandro Piquet e SCHMITT, Rogério. (1995), Eleições casadas, resultados nem sempre solteiros: campanhas proporcionais e imagem partidária no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral. *Opinião Pública*, vol. 3, nº 1, pp. 45-59.

CARREIRÃO, Yan. (2002), *A Decisão de Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras*. Rio de Janeiro: Editora da FGV.

CARREIRÃO, Yan. (2004), *A eleição presidencial de 2002: uma análise preliminar do processo e dos resultados eleitorais*. *Revista de Sociologia e Política*, vol. 22, nº 1, pp. 179-194.

CERVI, Emerson e SPECK, Bruno. (2016), *O peso do dinheiro e do tempo de rádio e TV na disputa do voto para prefeito*. In: *A lógica das eleições municipais*, edited by Antonio Lavareda e Helcimara Telles. Rio de Janeiro: Editora FGV.

CERVI, Emerson. (2010), *Financiamento de campanha e desempenho eleitoral no Brasil: análise das contribuições de pessoas jurídicas, físicas e partidos políticos às eleições de 2008 nas capitais de Estado*. *Revista Brasileira de Ciência Política*, vol. 2, nº 4, pp. 135-167.

CODATO, Adriano, CERVI, Emerson e PERISSINOTTO, Renato. (2013), *Quem se elege prefeito no Brasil? Condicionantes do sucesso eleitoral em 2012*. *Cadernos Adenauer*, v.14, nº 2. p.61-84.

Coimbra. Marcus. (2008), *Quem se importa com o horário eleitoral?* In: *Marketing político em tempos modernos*, edited by Rubens Figueiredo. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer.

CONCEIÇÃO, Bruno e VASCONCELOS, Camila. (2015), *Quem paga a conta dos políticos locais? Análise do financiamento das campanhas municipais nas capitais brasileiras em 2012*. *Teoria & Sociedade*, vol. 23, nº 2, pp. 79-102.

DELIBERADOR, Giuliano e KOMATA, Nicanor. (2010), *Reeleição nas eleições municipais de 2008*. In: *Comportamento eleitoral*, edited by Monica Caggiano. Barueri: Manole.

Figueiredo, Marcus. (2007), *Intenção de voto e propaganda política: Efeitos da propaganda eleitoral*. *Logos: Comunicação & Universidade*, vol. 14, nº 2, pp. 9-20.

Figueiredo, Rubens e Coutinho, Ciro. (2003), *A eleição de 2002*. *Opinião Pública*, vol. 9, nº 2, pp. 93-117.

KUSCHNIR, Karina, CARNEIRO, Leandro Piquet e SCHMITT, Rogério. (1998), *A campanha eleitoral na TV em eleições locais: estratégias e resultados*, In: *Candidatos e Candidaturas: Enredos de Campanha Eleitoral no Brasil*, edited by Irllys Barreira e Moacir Palmeira. São Paulo: Annablume.

LAVAREDA, Antônio e TELLES, Helcimara de S. (Ed.). (2001), *Como o eleitor escolhe seu prefeito: campanha e voto nas eleições municipais*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

LOURENÇO, Luiz. Cláudio. (2009), *Propaganda negativa: ataque versus votos nas eleições presidenciais de 2002*. *Opinião Pública*, vol. 15, nº 1, pp. 133-158.

MANCUSO, Wagner e SPECK, Bruno. (2015), *financiamento empresarial na eleição para deputado federal (2002-2010): Determinantes e consequências*. *Teoria & Sociedade*, vol. 23, nº 2, pp. 103-125.

MUNDIM, Pedro. (2010), *Um modelo para medir os efeitos da cobertura da imprensa no voto: teste nas eleições de 2002 e 2006*. *Opinião Pública*, v. 16, nº 2, pp. 394-425.

MUNDIN, Pedro. (2012). *Imprensa e voto nas eleições presidenciais brasileiras de 2002 e 2006*. *Revista Sociologia & Política*, vol. 20, nº 41, pp. 123-147.

PEIXOTO, Vitor. (2010), Eleições e Financiamento de Campanhas no Brasil. Tese de Doutorado, Tese de Doutorado. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

PEIXOTO, Vitor. (2014), Financiamento de campanhas nas eleições legislativas brasileiras em 2010. Em Debate, vol. 6, nº1, pp. 36-54.

PEIXOTO, Vitor.(2010), Eleições e Financiamento de Campanhas no Brasil. Tese de Doutorado. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

PEREIRA, Carlos e RENNO, Lucio. (2001), O que é que o reeleito tem? Dinâmicas político-institucionais locais e nacionais nas eleições de 1998 para a Câmara dos Deputados. Dados, vol.44, nº 2, pp. 133-172.

PEREIRA, Carlos e RENNO, Lúcio. (2007), O que é que o reeleito tem? O retorno: o esboço de uma teoria da reeleição no Brasil. Revista de Economia Política, vol. 27, nº 4, pp. 664-683.

SAMUELS, David (2001a), Money, elections, and democracy in Brazil. Latin American Politics and Society, vol. 43, nº 2, p. 27-48.

SAMUELS, David. (2001b), Does money matter? Credible commitments and campaign finance in new democracies: theory and evidence from Brazil. Comparative Politics, vol. 34, nº 1, pp. 23-42.

SAMUELS, David. (2001C), Incumbents and Challengers on a Level Playing Field: Assessing the Impact of Campaign Finance in Brazil. The Journal of Politics, vol. 63, nº 2, pp. 569-584.

SCHIMITT, Rogério, CARNEIRO, Leandro Piquet e KUSCHINIR, Karina. (1999), Estratégias de campanha no horário gratuito de propaganda eleitoral em eleições proporcionais. Dados, vol.42, nº2, pp. 277-301.

SILVEIRA, Bernardo e MELLO, João Manoel. (2011), Campaign Advertising and Election Outcomes: Quasi-Natural Experiment Evidence from Gubernatorial Elections in Brazil. Review of Economic Studies, v. 78, nº 2, pp. 590-612.

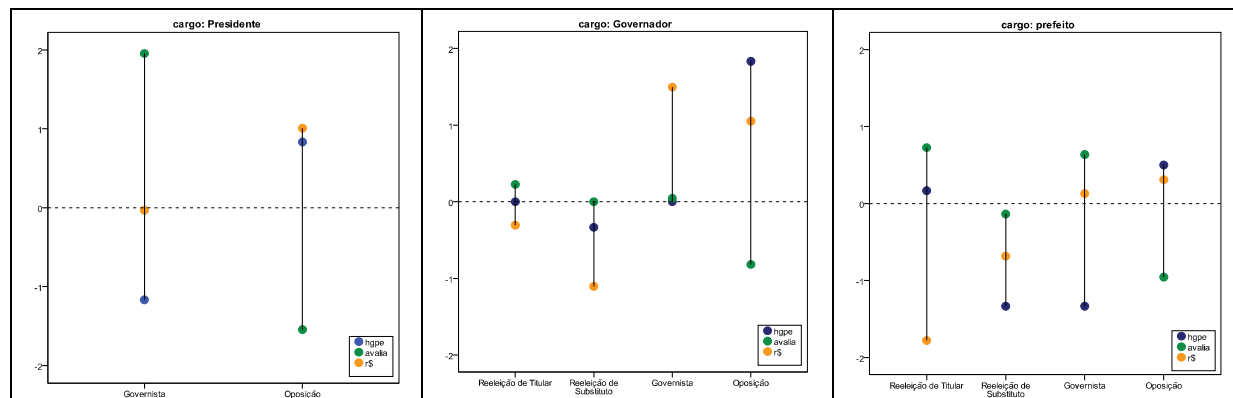
SPECK, Bruno e MANCUSO, Wagner. (2013), O que faz a diferença? Gastos de campanha, capital político, sexo e contexto municipal nas eleições para prefeito em 2012. Cadernos Adenauer, vol. 14, nº2, pp. 109-126.

SPECK, Bruno e MANCUSO, Wagner. (2014), A Study on the Impact of Campaign Finance, Political Capital and Gender on Electoral Performance. Brazilian Political Science Review, vol. 8, nº 1, pp. 34-57

VEIGA, Luciana. (2001). Em busca de razões para o voto: o uso que o cidadão comum faz do horário eleitoral. Tese de Doutorado. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráf. 1 – Valor Z das diferenças entre eleitos e derrotados por cargo e tipo de candidato



Fonte: Banco de dados dos autores

Tab. 1 - Número de Casos em Análise para eleições de 2002 a 2014

Cargo	Tipo de Candidatura	Não Eleito	Eleito	Total
Presidente	Reeleição de Titular	0	2	2
	Governista	1	1	2
	Oposição	28	1	29
	Total	29	4	33
Governador	Reeleição de Titular	12	32	44
	Reeleição de Substituto	15	14	29
	Governista	17	17	34
	Oposição	547	45	592
	Total	591	108	699
Prefeito	Reeleição de Titular	5	23	28
	Reeleição de Substituto	3	8	11
	Governista	29	8	37
	Oposição	434	39	473
	Total	471	78	549

Fonte: Banco de dados dos autores

Tab 2 - Padrão de votação dos tipos de candidatos por tempo de televisão

		Eleito no 1º Turno	Primeiro, disputa 2º Turno	Segundo, disputa 2º Turno	Segundo, não disputa 2º Turno	Terceiro	Quarto	Outros	N
Reeleição de Titular	1º Tempo	67%	21%	7%	2%	2%	0%	0%	42
	2º Tempo	38%	23%	19%	12%	8%	0%	0%	26
	3º Tempo	0%	67%	0%	33%	0%	0%	0%	3
Reeleição de Substituto	1º Tempo	36%	26%	19%	16%	3%	0%	0%	31
	2º Tempo	20%	0%	40%	20%	0%	20%	0%	5
	3º Tempo	25%	0%	50%	25%	0%	0%	0%	9
Governista	1º Tempo	32%	29%	15%	12%	7%	2%	2%	41
	2º Tempo	11%	17%	17%	17%	28%	11%	0%	18
	3º Tempo	0%	10%	30%	0%	40%	10%	10%	10
Oposição	1º Tempo	15%	21%	24%	15%	15%	9%	1%	80
	2º Tempo	9%	13%	17%	27%	25%	5%	5%	142
	3º Tempo	1%	5%	6%	12%	48%	18%	10%	175
Geral	1º Tempo	33%	24%	17%	12%	9%	4%	1%	194
	2º Tempo	14%	14%	18%	24%	22%	5%	4%	191
	3º Tempo	1%	6%	8%	12%	46%	17%	10%	192

Fonte: Banco de dados dos autores

Tab 3 - Padrão de votação dos tipos de candidatos por arrecadação de campanha

		Eleito no 1º Turno	Primeiro, disputa 2º Turno	Segundo, disputa 2º Turno	Segundo, não disputa 2º Turno	Terceiro	Quarto	Outros	N
Reeleição de Titular	1 Arrecadação	61%	21%	5%	9%	4%	0%	0%	56
	2 Arrecadação	46%	27%	27%	0%	0%	0%	0%	11
	3 Arrecadação		25%	50%		25%			4
Reeleição de Substituto	1 Arrecadação	32%	28%	24%	12%	4%	0%	0%	25
	2 Arrecadação	36%	7%	21%	29%	0%	7%	0%	14
	3 Arrecadação	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	1
Governista	1 Arrecadação	38%	38%	9%	6%	6%	3%		32
	2 Arrecadação	13%	13%	25%	25%	17%		8%	24
	3 Arrecadação		7%	20%		47%	20%	7%	15
Oposição	1 Arrecadação	19%	24%	17%	15%	18%	6%		78
	2 Arrecadação	8%	13%	15%	30%	23%	6%	6%	144
	3 Arrecadação	0%	4%	12%	10%	47%	20%	8%	169
Geral	1 Arrecadação	36%	26%	13%	12%	10%	3%	0%	191
	2 Arrecadação	13%	13%	17%	27%	19%	5%	6%	193
	3 Arrecadação	0%	5%	14%	9%	46%	19%	7%	189

Fonte: banco de dados dos autores

Tab. 4 - Teste de Colinearidade das variáveis explicativas

Tipo de candidato	Variável independente	Tolerância	VIF
Reeleição de Titular	HGPE	0,775	1,290
	Receita	0,874	1,144
	Avalia+	0,780	1,282
Reeleição de Substituto	HGPE	0,782	1,279
	Receita	0,813	1,231
	Avalia+	0,895	1,118
Governista	HGPE	0,816	1,225
	Receita	0,695	1,438
	Avalia+	0,835	1,198
Oposição	HGPE	0,439	2,279
	Receita	0,436	2,293
	Avalia+	0,976	1,025

Fonte: Banco de dados dos autores

Tab. 5 – Principais coeficientes para regressão linear - % votos Presidente

Variável	β_p	t	α
Tempo			
HGPE	0,367	2,312	0,028
Receita	0,504	4,829	0,000
Avaliação+	-0,006	-0,110	0,913
$r^2=0,859$			

Fonte: Banco de dados dos autores

Tab. 6 - Principais coeficientes para regressão linear - % votos Governador

Tipo	Variável	βp	t	α
Reeleição de Titular $r^2=0,722$ N=44	Tempo HGPE	0,128	1,253	0,218
	Avaliação+	0,639	5,992	0,000
	Receita	0,180	2,431	0,020
Reeleição de Substituto $r^2=0,744$ N=29	Tempo HGPE	0,293	2,298	0,030
	Avaliação+	0,672	6,307	0,000
	Receita	0,011	0,157	0,877
Governista $r^2=0,683$ N=34	Tempo HGPE	0,355	1,767	0,087
	Avaliação+	0,131	1,201	0,239
	Receita	0,374	5,039	0,000
Oposição $r^2=0,727$ N=592	Tempo HGPE	0,666	14,470	0,000
	Avaliação+	-0,037	-1,662	0,097
	Receita	0,387	12,669	0,000

Fonte: Banco de dados dos autores

Tab. 7 - Principais coeficientes para regressão linear - % votos Prefeito

Tipo	Variáveis	βp	t	α
Reeleição de Titular $r^2=0,841$ N=28	Tempo HGPE	0,027	0,188	0,853
	Avaliação+	0,628	7,515	0,000
	Receita	0,113	2,117	0,046
Reeleição de Substituto $r^2=0,378$ N=11	Tempo HGPE	0,042	0,064	0,951
	Avaliação+	0,596	0,849	0,428
	Receita	0,496	1,497	0,185
Governista $r^2=0,453$ N=37	Tempo HGPE	0,649	3,074	0,005
	Avaliação+	0,245	2,157	0,040
	Receita	0,174	1,541	0,135
Oposição $r^2=0,578$ N=473	Tempo HGPE	0,554	9,474	0,000
	Avaliação+	-0,076	-3,566	0,000

Fonte: Banco de dados dos autores

Tab. 8 – Médias e diferenças em pontos percentuais para eleitos e derrotados por cargo

Cargo	Tipo	Não Eleito			Eleito			Diferença		
		HGPE	Aval+	R\$	HGPE	Aval+	R\$	HGPE	Aval+	R\$
Presidente	Reeleição de Titular				37	41	67			
	Reeleição Substituto									
	Governista	42	24	34	43	77	54	1	53	20
	Oposição	8	48	5	21	24	37	13	-24	32
Governador	Reeleição de Titular	28	36	50	36	51	67	8	15	16
	Reeleição Substituto	34	35	49	40	45	55	6	10	7
	Governista	31	31	28	39	42	66	8	11	38
	Oposição	10	41	6	29	33	39	19	-8	33
Prefeito	Reeleição de Titular	26	29	47	35	55	46	9	26	-1
	Reeleição Substituto	33	41	37	33	48	49	0	7	12
	Governista	25	31	28	25	55	50	0	24	22
	Oposição	11	42	8	22	31	32	11	-11	24

Fonte: Banco de dados dos autores

Tab. 9 – Comparação de coeficientes entre derrotados e eleitos

Cargo em disputa	Tipo de candidatura	Derrotado				Eleito			
		β_0	βp			β_0	βp		
			Avalia +	HGP E	R\$		Avalia +	HGP E	R\$
Presidente	Reeleição de Titular								
	Oposição	-0,478	-0,010	0,448 *	0,505 *				
Governador	Reeleição de Titular	-6,935	0,439	0,315	0,520	14,120	0,725*	-0,007	0,129
	Reeleição de Substituto	0,682	0,237	0,379	0,377	14,657	0,829*	0,158	-0,082
	Governista	4,615	0,173	0,014	0,788 *	24,245	0,264	0,368	0,003
	Oposição	-1,500	-0,007	0,497 *	0,390 *	27,240	0,082	0,191	0,291
Prefeito	Reeleição de titular	77,894	-0,974	**	0,329	12,666	0,853*	-0,086	0,277 *
	Reeleição de Substituto	1,543	0,923	**	-0,447	17,593	-0,032	0,310	0,914
	Governista	-4,292	0,235	0,645 *	0,012	14,357	-0,868	1,758	1,407
	Oposição	1,653	-0,088*	0,564 *	0,240 *	31,239	-0,071	0,166	0,095

Var. Dependente: percentual de votos em relação ao comparecimento.

* $p < 0,050$.

** Excluído do modelo por alta colinearidade.

Fonte: Banco de dados dos autores