



10º ENCONTRO

CIÊNCIA POLÍTICA E A POLÍTICA:
MEMÓRIA E FUTURO

Associação Brasileira de Ciência Política

Belo Horizonte
30 de agosto a 2 de setembro - 2016

"Terceira via"?: elementos individuais, partidários e territoriais do voto em Marina Silva (2010-2014)

Monize Arquer

Doutoranda em Ciência Política no PPGCP da Unicamp

Marcela Tanaka

Mestranda em Ciência Política no PPGCP da Unicamp

Área Temática – Eleições e Representação Política

Coordenadores: Luciana Veiga/UNIRIO e Yan de Souza Carreirão/UFSC

Trabalho a ser apresentado no 10º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política
(ABCP) que será realizado entre os dias 30 de agosto a 2 de setembro em Belo
Horizonte/MG

2016

"Terceira via"? elementos individuais, partidários e territoriais do voto em Marina Silva (2010-2014)¹

Monize Arquer²

Marcela Tanaka³

Resumo

Nas eleições 2010 e 2014 a candidata Marina Silva ocupou o terceiro lugar da disputa presidencial, polarizada entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) desde 1994. Em cada uma dessas ocasiões a candidata competiu por legendas partidárias distintas, o Partido Verde (PV) e o Partido Socialista Brasileiro (PSB), respectivamente. A proposta deste trabalho é identificar quem é o eleitor de Marina Silva, onde está localizado, quais características contextuais e individuais ajudam a explicar o voto na candidata e qual o impacto do partido político sobre a decisão eleitoral. Para isso, foram realizados testes de geografia espacial (Índice de Moran Global e LISA) e regressões logísticas com base nos dados do Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB), *survey* nacional realizado no período pós eleitoral. Os resultados indicam o perfil personalista do voto na candidata e de rejeição às opções políticas tradicionais.

Palavras-chave: Eleições, Comportamento eleitoral, Marina Silva.

Introdução

A partir das eleições de 1994, as disputas presidenciais são decididas entre dois partidos políticos: o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Seus votos somados representam a escolha da grande maioria do eleitorado brasileiro, levando a decisão para o segundo turno desde 2002. Essa aparente consolidação da competição dominada por dois atores sofreu mudanças nas eleições de 2010 e 2014, quando a candidata Marina Silva passou a ocupar o terceiro lugar, com 19,3%

¹ Agradecemos ao Centro de Estudos de Opinião Pública da Universidade Estadual de Campinas (Cesop – Unicamp) por fornecer os bancos de dados utilizados nessa pesquisa e pelo auxílio financeiro para apresentação do artigo no 10º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política. Agradecemos também ao Prof. Dr. Oswaldo Amaral (DCP-Unicamp) pela ajuda no tratamento dos dados e aos colegas Vitor Vasquez e Ana Flávia Magalhães pelos comentários e sugestões sobre o texto.

² Atualmente aluna do doutorado no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Estadual de Campinas (PPGCP - Unicamp) e membro do Grupo de Estudos em Política Brasileira associado ao Centro de Estudos de Opinião Pública da mesma universidade (Polbras/Cesop - Unicamp).

³ Atualmente aluna do mestrado no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Estadual de Campinas (PPGCP - Unicamp) e membro do Grupo de Estudos em Política Brasileira associado ao Centro de Estudos de Opinião Pública da mesma universidade (Polbras/Cesop - Unicamp).

e 21,3% dos votos, respectivamente⁴. Chama atenção que em cada uma dessas ocasiões a candidata competiu por partidos políticos distintos – o Partido Verde em 2010 e o Partido Socialista Brasileiro (PSB) – e independente disso Marina Silva alcançou o terceiro lugar com número de votos semelhantes em duas eleições consecutivas.

Essa nova configuração da disputa eleitoral foi interpretada como reflexo de uma demanda da população por uma “terceira via”, que rompesse com o padrão competitivo polarizado. Em 2014 o argumento ganhou força devido ao clima de incerteza em relação à composição do segundo turno, pois até uma semana antes do início das eleições a candidata Marina Silva estava à frente do PSDB nas pesquisas de intenção de voto. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é comparar o voto de Marina Silva nas eleições de 2010 e 2014. A proposta é explicar o voto na candidata analisando se há um eleitorado territorialmente e individualmente semelhante, e em que medida ele reflete uma identidade pessoal ou partidária. Desse modo, será possível demonstrar se Marina Silva se constitui como uma alternativa política eleitoralmente sólida e se seu desempenho significa uma expressão da insatisfação em relação aos dois partidos dominantes.

Marina Silva tem uma longa carreira política. Sua história inicia no Acre quando concorreu pela primeira vez a um cargo público em 1986 pelo PT. Tornou-se vereadora em 1988, deputada estadual em 1990 e senadora em 1994, pelo mesmo partido. Foi também ministra do meio ambiente desde o primeiro governo de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) até o primeiro semestre de 2008, quando pediu demissão e voltou a ser senadora. Em 2009 Marina Silva deixa o PT e filia-se ao PV, onde fica até 2011. Em 2013 surge a proposta de criar uma nova legenda partidária – a Rede Sustentabilidade. Sua primeira tentativa de registro foi negada, obrigando a ex-senadora a se filiar a outra legenda para competir em 2014. Foi então que Marina se filiou ao PSB. A candidata disputaria pela vice-presidência ao lado de Eduardo Campos, mas ocupou seu lugar após sua morte durante a campanha eleitoral. Atualmente Marina Silva é filiada à Rede Sustentabilidade, que teve seu registro deferido em setembro de 2015.

Vemos que não se trata de uma *outsider* na política brasileira. Questiona-se, portanto, se seu histórico foi capaz de criar uma base sólida de apoio independente do partido político que ocupa, pois apesar de suas sucessivas migrações entre legendas distintas, Marina Silva conquistou uma porcentagem de votos considerável nas duas eleições. O lugar ocupado pela candidata, em detrimento da predominância de apenas duas

⁴ A única ocasião próxima ao que aconteceu com Marina Silva foi nas eleições de 2002, quando Anthony Garotinho conquistou 17,8% dos votos quando competiu pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB).

legendas na disputa presidencial, somado à sua mobilidade partidária, levanta questões sobre quem é seu eleitor, quais são suas preferências e atitudes políticas e onde está localizado. Queremos, portanto, identificar pontos de contato e afastamento do eleitorado nesses dois momentos para analisar como ele se relaciona com a candidata, com a competição eleitoral e com os partidos políticos. Assim, iremos compreender a estrutura do voto em Marina e em que medida ela se constitui como uma possibilidade política ou apenas como reflexo de uma insatisfação com as opções tradicionais.

Para realizar esta pesquisa utilizamos dois conjuntos de dados: individuais e agregados. Os dados agregados foram utilizados para traçar a espacialização dos votos e verificar os municípios nos quais a candidata teve um melhor desempenho. Incorporamos, assim, testes de geografia espacial (Índice de Moran Global e LISA) para identificar a autocorrelação espacial do voto (TERRON, 2009). Isto é, se os votos de Marina Silva são espacialmente condicionados, indicando se existe a formação de uma base de apoio consolidada em territórios específicos ou não. Já os dados individuais foram fornecidos pelo Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB) de 2010 e 2014, *survey* nacional realizado pelo Cesop da Unicamp. Eles serão trabalhados por meio de regressões logísticas para identificarmos o perfil sociodemográfico dos eleitores de Marina Silva, suas preferências partidárias e opiniões pessoais e políticas.

As hipóteses que seguem dessa discussão são: (1) há uma continuidade do voto evangélico e de alta escolaridade em Marina (PEIXOTO E RENNÓ, 2011), sugerindo o fortalecimento de um viés personalista da decisão, baseado na identidade pessoal dos eleitores; (2) em 2014 teríamos um eleitor mais insatisfeito com a política e contrário às duas opções predominantes, devido ao clima de comoção e do aumento de demandas por mudanças pelo qual o país passou nesse período; (3) a espacialidade do voto em Marina seria diferente entre 2010 e 2014 de acordo com a variação da espacialidade do PV e do PSB, indicando que há também um impacto das legendas partidárias, uma vez que essas instituições organizam a disputa e orientam as campanhas eleitorais. De um modo geral, esperamos encontrar um eleitorado que apesar de ter alguma identidade com a candidata, considera as instituições políticas e o funcionamento do sistema ao decidir seu voto, não sendo suficiente para colocar Marina como uma possibilidade política solidamente amparada pelo eleitorado.

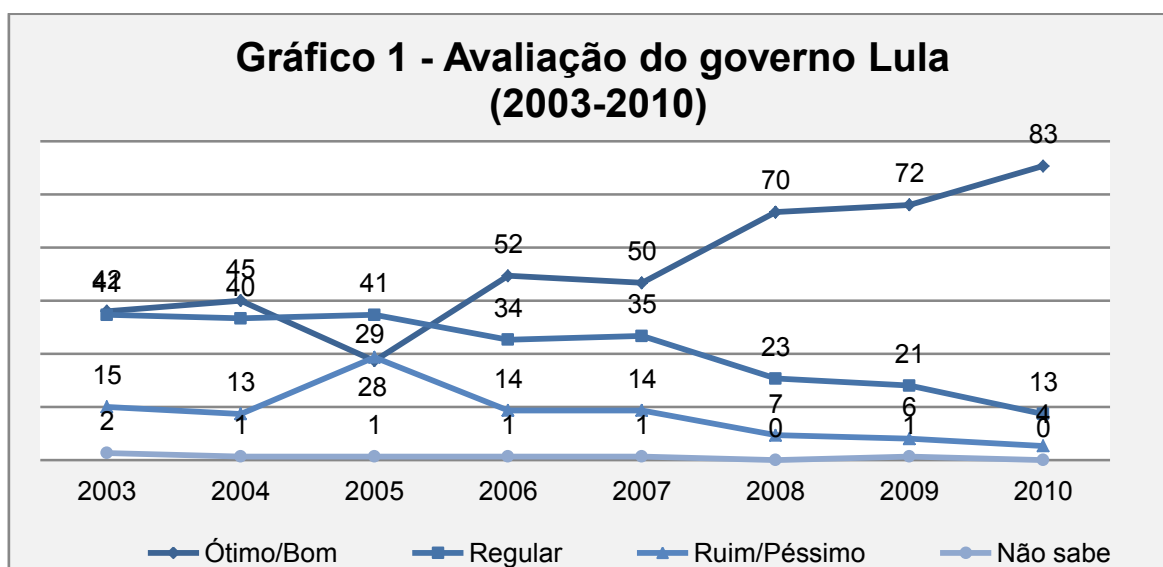
O trabalho está dividido em quatro partes além da introdução. Na primeira trazemos um panorama geral das eleições de 2010 e 2014, visando apresentar os principais competidores e contextualizar a disputa política. Em seguida estão os testes de geografia espacial, que mostram as relações territoriais do voto em Marina Silva nesses dois

momentos. A terceira parte trata sobre o perfil e as atitudes políticas do eleitorado, demonstrando os principais determinantes do voto na candidata. Por fim, algumas considerações com base nos resultados encontrados.

As eleições de 2010 e 2014

Esta seção irá contextualizar as disputas eleitorais pela presidência nos anos de 2010 e de 2014. A proposta é apresentar a conjuntura política nos dois momentos em que a candidata Marina Silva concorreu pelo cargo destacando os principais eixos que estruturavam a competição. Esses elementos ajudam na interpretação dos resultados encontrados e a justificar as motivações deste artigo. Percebe-se que se trata de uma competidora que teve ampla visibilidade e que conseguiu se apresentar como opção política.

A eleição presidencial de 2010 se diferencia de suas antecessoras por ser a primeira vez que Luiz Inácio Lula da Silva não estava competindo. A ex-ministra de minas e energias e ex-ministra da casa civil, Dilma Rousseff, foi a alternativa petista para concorrer ao cargo após dois mandatos de Lula. O partido possuía uma vantagem de partida, além de ser incumbente, o segundo mandato de Lula termina com altos índices de aprovação (Gráfico 1). A estratégia do partido foi então a de fazer uma campanha na qual se destacava a proximidade entre Dilma e o ex-presidente, e o forte vínculo da candidata com o partido, reforçando com frequência que sua vitória significaria a continuidade do governo anterior.



Na sua opinião o presidente Lula está fazendo um governo (estimulada e única, em %):

Fonte: Instituto Datafolha⁵.

⁵ Para construir esse gráfico foram utilizados os resultados das últimas pesquisas realizadas em cada ano.

Como ocorre desde 1994 seu principal oponente foi o PSDB, pelo qual competia José Serra, figura política amplamente conhecida principalmente no estado de São Paulo onde ocupou diversos cargos. Esse reconhecimento do candidato foi utilizado para pautar a campanha do partido, que focava principalmente em sua competência e capacidades individuais. Além disso, focava numa argumentação anti-partidária, buscando minimizar a relação de Dilma com o PT e seu governo de sucesso (DIAS, 2013).

Além desses, outros sete candidatos disputavam pelo mesmo cargo, dentre os quais se destaca Marina Silva. Enquanto os outros não chegaram a alcançar 1% dos votos do eleitorado nacional, esta última conquistou 19,3%, aproximadamente 20 milhões de votos⁶. Em alguma medida, foi esse resultado inesperado que levou a disputa ao segundo turno, mas novamente com PT e PSDB competindo pela vaga presidencial⁷. Apesar dessa continuidade, a ampla votação de Marina não passou despercebida. A promoção da candidata na mídia foi considerável e continuou após sua derrota no primeiro turno.

Para uma maior compreensão sobre as bases que estruturava a disputa, alguns pontos da campanha de 2010 merecem destaque como, por exemplo, o discurso antagônico entre o PT e o PSDB. Enquanto o primeiro focava na continuidade de um projeto e buscava a transferência do capital político acumulado nos últimos oito anos ocupando a presidência; o segundo manifestava um forte individualismo de seu candidato, atribuindo a ele resultados de um governo que não lhe pertencia (DIAS, 2013, p.201). A frequente busca por diferenciação entre esses candidatos levantou debates inclusive de cunho religioso, em torno do qual as questões da laicidade do estado e do aborto se debruçavam (PEIXOTO E RENNÓ, 2011; DIAS, 2013). Além disso, foi muito presente o uso das novas tecnologias, como sites e redes sociais, que se tornaram importantes ferramentas para divulgação de suas posições e ideologias. Esses elementos trouxeram benefícios para Marina principalmente no final da campanha, quando conseguiu atrair eleitores de perfil mais conservador e de denominação evangélica (PEIXOTO E RENNÓ, 2011).

Em um contexto no qual o principal foco da competição era a preservação do *status quo* e após um governo altamente bem avaliado, era improvável a presença de uma terceira força política capaz afetar a polarização entre o PT e o PSDB (TELLES E MUNDIM, 2015). Apesar disso, percebe-se que a candidata do PV conseguiu se promover em um terreno dominado por legendas tradicionais e atrair setores do eleitorado brasileiro. Pesquisas sobre

⁶ Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

⁷ A distribuição dos votos no primeiro turno de 2010 foi: Dilma Rousseff - 46,9%; José Serra - 32,6%; Marina Silva - 19,3%; José Maria, Levy Fidelix, Plínio de Arruda Sampaio e Rui Costa Pimenta com menos de 1% cada. Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

o resultado do primeiro turno dessas eleições destacam o caráter religioso (evangélico) do voto em Marina Silva e de um eleitorado de maior escolaridade, mais crítico, informado e atento às redes sociais (PEIXOTO E RENNÓ, 2011; TELLES E MUNDIM, 2015). Ao se apresentar como detentora de uma nova forma de fazer política Marina conseguiu atrair elementos morais e valorativos dos eleitores, o que reflete certa insatisfação com as alternativas tradicionais (TELLES E MUNDIM, 2015).

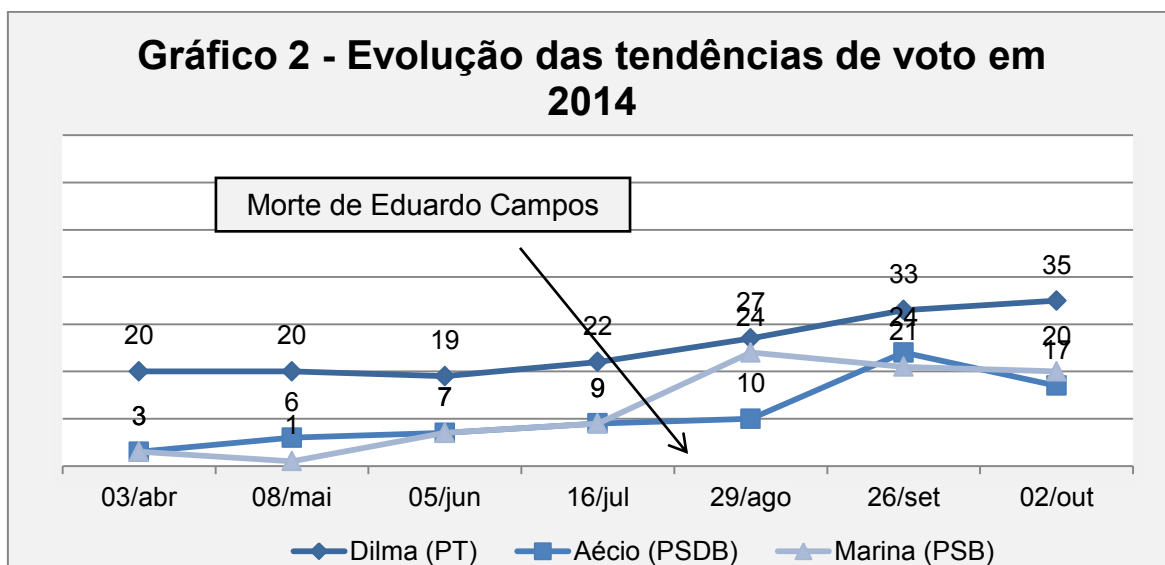
O cenário político de disputa nas eleições presidenciais de 2014 tomou rumos parecidos com os demais pleitos. Isso significa que de um lado estava o PT, buscando a reeleição de Dilma Rousseff, e do outro lado a oposição já conhecida, o PSDB, dessa vez tendo como cabeça de chapa o presidente do partido e senador por Minas Gerais, Aécio Neves. Além desses, Eduardo Campos (PSB) também se lançou candidato na tentativa de despontar entre os favoritos. O ex-governador de Pernambuco rompeu com a coalizão governista e almejava tornar-se uma alternativa viável frente aos demais postulantes. Entretanto, após sua morte em um acidente aéreo que ocorreu durante as campanhas eleitorais na cidade de Santos (SP), a então candidata a vice-presidência, Marina Silva, passa a ser um forte nome para sua substituição.

É nessa situação que Marina Silva passa a concorrer pela "terceira via". A sua nomeação foi aprovada pela maioria dos partidos que compunham a coligação "Unidos Pelo Brasil". Cinco dos seis partidos que compunham a chapa e apoiavam Eduardo Campos – PSB, PPS, PPL, PRP e PHS⁸ – passaram a oferecer o apoio a Marina.

A campanha de Marina Silva foi impulsionada pela alta exposição na mídia, resultante do desastre que fez Eduardo Campos vítima (AMARAL e RIBEIRO, 2015). Além disso, a candidata do PSB possuía um potencial eleitoral carregado da eleição passada, algo que justifica seu sucesso nas pesquisas de opinião (MENEGUELLO, 2014). A ascensão nas intenções de voto chegou a ultrapassar as intenções de voto no candidato tucano apenas dois meses antes das eleições, conforme o gráfico abaixo (Gráfico 2).

⁸ Partido Popular Socialista (PPS), Partido Pátria Livre (PPL), Partido Republicano Progressista (PRP) e Partido Humanista da Solidariedade (PHS).

Gráfico 2 - Evolução das tendências de voto em 2014



Pesquisas Nacionais Instituto Datafolha.

Fonte: MENEGUELLO, 2014.

Marina Silva adotou a postura contestada do discurso da terceira via, segundo o qual a política "não pode ser apenas, como diz Bauman, a arte de prometer as mesmas coisas. (...) Ou seja, as velhas alianças pragmáticas, desqualificadas, sem o suporte de um programa a partir do qual dialogar com a nação" (SILVA, 2014)⁹. Nesse sentido, buscava construir uma imagem que fosse distanciada tanto da política petista quanto da política tucana, em conjunto com pautas pós-materialistas, que já haviam surgido na campanha de 2010. Limongi e Guarnieri (2014) argumentam que Marina explorava sua imagem de forma pragmática, colocando-se acima dos governos e propostas do PT e do PSDB, ou seja, não precisando se posicionar à esquerda ou à direita.

O resultado final do primeiro turno mostrou a força eleitoral dos dois principais partidos em disputa. PT e PSDB protagonizariam o segundo turno das eleições novamente, confirmando o duopólio na disputa presidencial (LIMONGI e GUARNIERI, 2014). Marina e o PSB terminaram em terceiro lugar, angariando 21,3% do total de votos válidos, aproximadamente 22 milhões de votos¹⁰. Por fim, a candidata declarou apoio oficial ao candidato tucano, Aécio Neves.

Diante desse cenário, da vulnerabilidade apresentada pelo PSDB ao sofrer com a candidatura de Marina em 2014 e sua ascensão nas pesquisas é que se busca explicar o seu voto. Em trabalho recente, Amaral e Ribeiro (2015) apontam que ser evangélico e

⁹ <http://marinasilva.org.br/posicionamento-de-marina-silva-segundo-turno-da-eleicao-presidencial/> (ACESSO: 17/05/2016).

¹⁰ A distribuição dos votos no primeiro turno de 2014 foi: Dilma Rousseff –41,6%; Aécio Neves – 33,5%; Marina Silva, 21,3%; Luciana Genro – 1,5%; Eduardo Jorge, Eymael, José Maria, Levy Fidelix, Mauro Iasi, Pastor Everaldo e Rui Costa Pimenta com menos de 1% cada. Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

possuir maior grau de escolaridade têm impacto no voto na candidata do PSB. Além disso, os autores apontam que a variável região também possui influência, isto é, não morar no Sul do país aumentam as chances de voto em Marina. Por fim, a avaliação retrospectiva por parte do eleitor também se sustentou, assim, ter avaliado o governo Dilma como ruim ou péssimo também beneficiava o voto na candidata do PSB.

Vale destacar que o discurso da "nova política" não foi capaz de atrair o eleitorado jovem, e que os dados apontam para características mais personalistas como explicação à terceira via de Marina (AMARAL e RIBEIRO, 2015). Isso corrobora nossa hipótese de que há uma continuidade do voto evangélico e de alta escolaridade na candidata (PEIXOTO E RENNO, 2011; TELLES E MUNDIM, 2015), sugerindo o fortalecimento de um viés personalista da decisão.

Análise espacial do voto em Marina Silva

Essa seção busca analisar a espacialidade do voto em Marina Silva para os pleitos de 2010 e 2014. Em primeiro lugar mapeamos a votação em porcentagem¹¹ da candidata em 2010 pelo PV, em seguida mapeamos os votos da candidata em 2014, pelo PSB, e também mapeamos os votos do candidato Eduardo Jorge (PV) em 2014 a fim de testar a hipótese do personalismo do voto em Marina. Por fim, realizamos uma série de testes de autocorrelação espacial: Índice de Moran I e Índice de Moran Local (LISA) para as mesmas variáveis.

Autocorrelação espacial é uma medida que mensura o grau de relações existentes entre duas ou mais variáveis espaciais, ou seja, quando uma varia a outra também varia (SMITH, GOODCHILD E LONGLEY, 2007 *apud* TERRON, 2009). O índice de Moran Global, ou Moran I, é parecido com o coeficiente *r* de *Pearson*, e varia entre 1 e -1. Valores positivos apontam para uma autocorrelação espacial positiva e formações de *clusters*, e valores negativos apontam para externalidades espaciais, isto é, a existência de *outliers*. O valor zero equivale à hipótese nula, significando independência espacial (TERRON, 2009). De modo simplificado, possuir autocorrelação espacial positiva significa que "valores altos ou baixos de determinado local estão associados a valores altos ou baixos, respectivamente, em locais próximos ou vizinhos" (TERRON, 2009, p.64). Inversamente, quando valores altos estão rodeados de valores baixos e valores baixos estão rodeados por valores altos, então temos uma autocorrelação negativa.

¹¹ Todos os dados de votação são agregados por município e foram retirados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Casos de *missing data* presentes nos mapas de 2010 se explicam pela ausência, à época, dos novos municípios criados a partir de 2010.

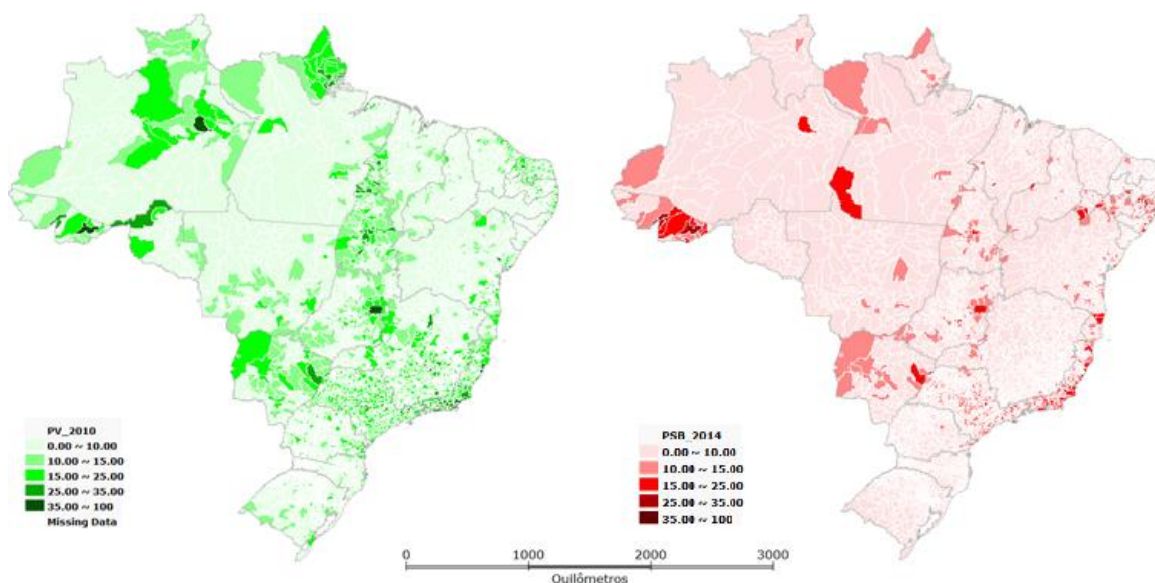
O índice Moran I é extremamente útil como medida de associação espacial para um conjunto de dados. Todavia, na necessidade de maior exatidão podemos decompor o índice supracitado em Indicadores Locais de Autocorrelação Espacial (LISA) (BIZZARRO NETO, 2013), que nos permitem desagregar os dados iniciais e demarcar espaços específicos de autocorrelação espacial no território (SOARES E TERRON, 2008). O índice Moran Local classifica os resultados que tiveram significância estatística em quatro categorias: alto-alto, isto é, municípios que possuíram votação alta (acima da média) estão localizados em uma vizinhança que também possui apoio local alto; baixo-baixo, significando municípios com votação baixa rodeados de outros municípios de baixo apoio local; alto-baixo, que são municípios com alta votação cuja vizinhança possui votação baixa; e baixo-alto, que é o contrário do anterior (alto-baixo).

Defendemos a utilização dessa abordagem contextual e das técnicas de geografia eleitoral para a ciência política, porque ela oferece dois tipos de vantagem. A primeira vantagem é metodológica, pois ao utilizarmos os indicadores criados para a geografia eleitoral somos capazes de trazer as variáveis espaciais para a análise dos fenômenos políticos (BIZZARRO NETO, 2013). Isto se faz necessário uma vez que comportamentos eleitorais não estão afastados das bases territoriais a que pertencem (BIZZARRO NETO, 2013). A segunda vantagem da utilização das técnicas de geografia espacial diz respeito à sua intuitividade, pois ao construir mapas e analisá-los ampliamos nossa compreensão sobre os fenômenos eleitorais (BIZZARRO NETO, 2013).

Os mapas abaixo mostram a distribuição de votos em cinco faixas fixas: 0-10%, 10-15%, 15-25%, 25-35% e >35%. Buscamos observar se há congruência do voto em Marina em 2010 e 2014. Em caso afirmativo, nossa hipótese de que apesar do eleitorado ter alguma identidade com a candidata, considera as instituições políticas e o funcionamento do sistema ao decidir seu voto, seria refutada. Ao mesmo tempo, a congruência na distribuição dos votos em 2010 e 2014 significaria que a base territorial do voto foi pouco alterada, fortalecendo a ideia de um voto personalista em oposição à polarização partidária.

A análise da distribuição dos votos de Marina Silva (PV, PSB) e de Eduardo Jorge (PV) para os pleitos de 2010 e de 2014 apontam para uma distribuição congruente dos votos da candidata em ambos os pleitos. Comparando os votos com do PV nos dois anos fica clara a preferência do eleitorado pela candidata e não pelo partido. Isso porque em 2014, o candidato do PV não conseguiu angariar mais que 10% dos votos em nenhum dos municípios brasileiros. De fato, o candidato não conseguiu atingir sequer o patamar dos 5%.

Mapa 1 - Voto em Marina Silva – PV (2010) Mapa 2 - Voto em Marina Silva - PSB (2014)



Mapa 3 - Voto em Eduardo Jorge - PV(2014)



Entretanto cabem algumas considerações. A primeira é que apesar do voto em Marina estar localizado nas mesmas bases territoriais em 2010 e em 2014, a candidata perde votos importantes nos estados de Minas Gerais, Amapá e Tocantins. Por outro lado, o voto em seu estado natal (Acre) continua presente, sobretudo na capital Rio Branco. A segunda consideração é que em 2010 a candidata quase não angariou votos no estado de Pernambuco, ao passo que em 2014 o estado está povoado de votações. Isso se explica, em grande medida, pela presença do PSB no estado. Não se pode perder de vista que

antes de Marina assumir a corrida presidencial o candidato pelo PSB era Eduardo Campos, ex-governador e liderança em Pernambuco. Isso indica a importância da presença partidária para a organização da disputa. Ou seja, a despeito do fato de ser Marina Silva quem atrai boa parte dos votos para o PSB em termos nacionais, no estado em que o PSB é tradicionalmente competitivo e forte o partido importa para o sucesso eleitoral. Disso decorre que não se pode rejeitar completamente a hipótese partidária quando se busca explicar o comportamento eleitoral em Marina.

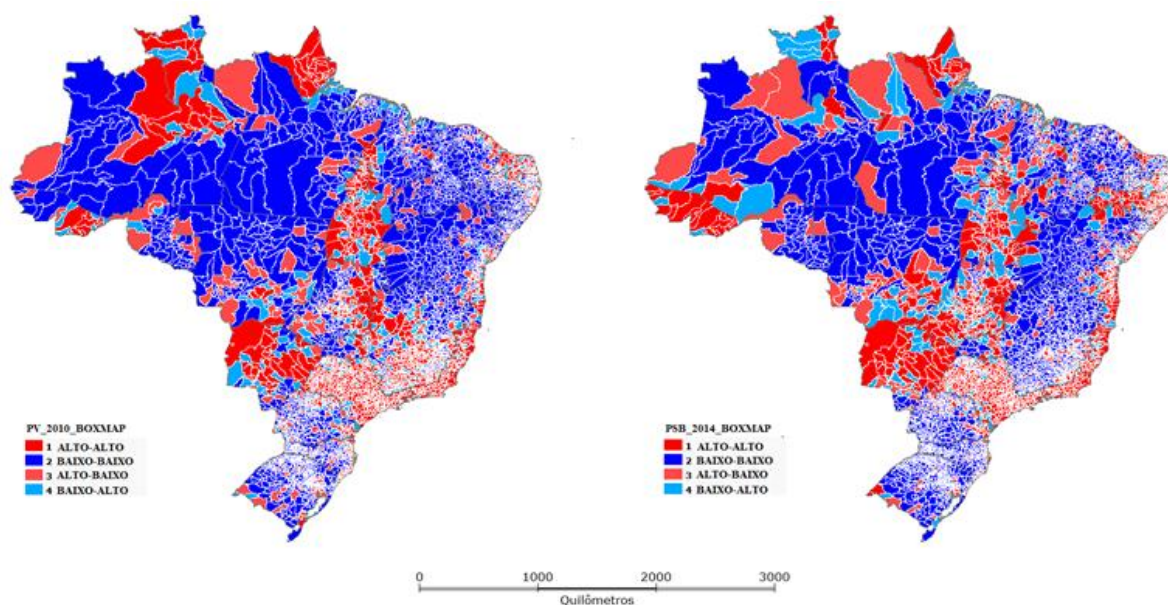
Passamos então à análise espacial dos votos. O cálculo do Índice de Moran Global (Moran I) aponta para uma autocorrelação espacial positiva e significativa ($p < 0,001$) para todas as variáveis, embora variem de força¹². Os índices para os partidos são: PV (2010) = 0,634; PSB (2014) = 0,731; e PV (2014) = 0,549. De princípio se observa que há uma correlação entre os votos e sua territorialidade, sobretudo nos votos do PV em 2010 e do PSB em 2014, ou seja, quando Marina Silva foi candidata. Esses dados significam que há possíveis formações de *clusters* de votação, o que não podemos inferir com certeza uma vez que esse índice é agregado. Disso decorrem os mapas abaixo, que foram confeccionados a partir do Índice LISA.

Os Mapas 4 e 5 são aqueles que se referem as votações de Marina Silva em 2010 e 2014, respectivamente. As anotações em vermelho significam localidades cujas votações foram altas e que estão cercadas por votações também altas, configurando um *cluster* positivo de votação. As anotações em azul apontam para *clusters* em que a candidata não obteve alto índice de votação em um espaço com também pouco sucesso. Fica evidente que os mapas são muito parecidos o que demonstra que a territorialidade do voto em Marina se manteve de uma eleição a outra. Mais que isso, indica que a candidata possui capacidade de angariar votos que tenham um perfil mais personalista, uma vez que em cada uma dessas ocasiões concorreu por partidos diferentes.

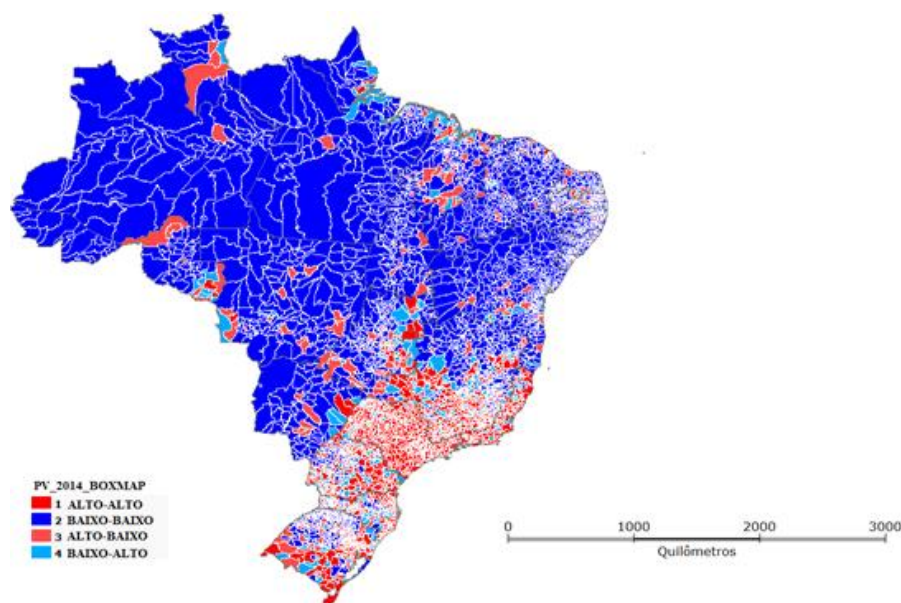
Os mapas demonstram o sucesso da candidata nos mesmos locais em que a distribuição dos votos era mais concentrada, isto é, ao Norte do país, sobretudo no Acre e no Amapá. O estado de Tocantins – embora tenha perdido em número total de votos – ainda aparece como territorialmente dependente significativamente. Isto é, também neste estado se observou a formação de cluster de tipo "alto-alto". Na porção centro-oeste do Brasil tem destaque Mato Grosso do Sul, que ampliou o tamanho do seu cluster entre 2010 e 2014.

¹² Os dados foram obtidos por meio do software TerraView Política Social. Disponível gratuitamente pelo Centro de Estudos da Metrópole (CEM/Cebrap).

Mapa 4 - LISA BoxMap Marina Silva (2010) Mapa 5 - LISA BoxMap Marina Silva (2014)



Mapa 6 - LISA BoxMap Eduardo Jorge (2014)



Também é necessário notar que se por um lado Minas Gerais perde tanto em número absoluto quanto em significância espacial, Pernambuco surge apresentando diversos *clusters* de votação positiva em relação a candidata. Este achado reforça o argumento de que embora o voto de Marina seja territorialmente dependente de suas bases sociais e de sua figura enquanto pessoa há o componente partidário influenciando

fortemente no caso de Pernambuco. Por fim, os dados do Sudeste apontam para a manutenção da dependência espacial do voto de Marina no Rio de Janeiro e no Espírito Santo, enquanto no Sul a candidata não foi capaz de formar bases territoriais que lhe assegurassem o voto.

A pergunta se o voto em Marina, ao menos em termos espaciais, é partidário ou personalista é respondida ao compararmos os seus resultados com o Mapa 6, cuja representação são os dados de votação de Eduardo Jorge. Por lógica contrafactual, se o voto em Marina fosse partidário haveríamos de esperar um resultado parecido no mapeamento de Eduardo Jorge em 2014. Contudo, os únicos locais em que o PV obteve sucesso ao lançar Eduardo Jorge como candidato foi no Sul e no Sudeste do país. Ou seja, os dados mostram que os territórios em que o candidato obteve sucesso em 2014 são quase diametralmente opostos aos locais em que Marina Silva obteve sucesso em 2010, o que sugere que o voto não esteve associado ao PV, e sim à Marina.

Assim, os dados apontam para características mais personalistas como explicação à terceira via de Marina, tal como já argumentavam Amaral e Ribeiro (2015). Nossos dados também corroboram com a hipótese de Peixoto e Rennó (2011) que diz respeito ao voto evangélico e de alta escolaridade em Marina. Este achado é reforçado ao olharmos para o Rio de Janeiro, estado que possui o maior número de evangélicos no país, segundo o IBGE em 2015, e onde a candidata foi capaz de manter *clusters* de votação tanto em 2010 quanto em 2014.

Análise comportamental do voto em Marina Silva

Nesta seção iremos apresentar qual o perfil do eleitor de Marina Silva e compara-lo nos dois momentos em que a candidata concorreu pela presidência. A proposta é identificar os principais determinantes do voto na candidata e se há um eleitorado semelhante em 2010 e 2014. Assim, queremos analisar se o voto em Marina Silva tem um perfil personalista ou partidário, e verificar se a candidata conseguiu constituir uma base eleitoral sólida e insatisfeita com os partidos tradicionais, colocando-a como uma “terceira via” na disputa eleitoral.

Para isso, serão utilizados o Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB) de 2010 e de 2014, *surveys* nacionais aplicados no período pós-eleitoral¹³. Por meio deles é possível compreender como os eleitores se relacionam com os partidos, com as instituições políticas

¹³ O ESEB faz parte do consórcio internacional do Comparative Study of Electoral Systems (CSES). Ele é composto por um módulo comum de perguntas que aos países integrantes devem aplicar no período pós-eleitoral, o que permite seu uso de modo comparativo. No Brasil ele é organizado pelo Centro de Estudos de Opinião Pública (CESOP) da Unicamp e é aplicado desde 2002 logo após o término das eleições nacionais.

seu perfil e suas identidades, demonstrando como percebem o sistema político como um todo. Ele indica os principais estímulos que os eleitores tiveram ao escolher seus candidatos, nos permitindo diferenciar um voto com perfil mais personalista, que reflete uma identidade com Marina Silva, de um voto partidário, mais programático e insatisfeito com as opções tradicionais. As variáveis selecionadas buscam dar conta dessas questões para responder as hipóteses levantadas no presente trabalho (Tabela 1).

Tabela 1 - Lista de variáveis

Variável dependente

Voto no 1º turno das eleições presidenciais

Variáveis independentes

Comportamentais		Sociodemográficas	
Voto retrospectivo		Região	
Preferência partidária		Idade	
Avaliação do PT		Sexo	
Avaliação do PSDB		Cor	
Avaliação das instituições: igreja evangélica		Religião	
Avaliação das instituições: partidos políticos		Escolaridade	
Avaliação das instituições: governo federal			
Avaliação da situação econômica			

Fonte: as autoras.

Essas variáveis foram analisadas por meio de Regressões Logísticas Multinomiais¹⁴, que permitem uma maior diferenciação entre os perfis individuais e opções eleitorais disponíveis. Assim, ampliamos nossa capacidade explicativa ao diferenciarmos grupos comportamentais específicos. A variável dependente é o voto no primeiro turno das eleições presidenciais, recodificada em três categorias: Marina Silva, Dilma Rousseff e o candidato peessedebistas José Serra e Aécio Neves em 2010 e 2014, respectivamente. Todas as outras opções de voto e entrevistados que declararam não ter votado, ter anulado ou ter votado em branco foram desconsideradas. Sobre as variáveis independentes, segue abaixo¹⁵:

1. Voto retrospectivo: nesta categoria separamos aqueles eleitores que votaram em candidatos petistas (Lula e Dilma Rousseff) e que votaram em candidatos peessedebistas

¹⁴ Nenhum dos testes apresentou multicolinearidade entre as variáveis.

¹⁵ As frequências referentes a cada uma dessas variáveis encontra-se no anexo deste trabalho.

(Geraldo Alckmin e José Serra) em 2006 e 2010, daqueles que votaram em outros candidatos em 2006 e em Marina Silva em 2010. Para o *survey* de 2010, diferenciamos os eleitores agregando todos os demais candidatos diferentes dos petistas e peessedebistas, devido ao baixo número de casos. Já para 2014 desconsideramos o voto em quaisquer outros candidatos além dos três citados. Em ambas as pesquisas, aqueles que declararam não ter votado, ter votado em branco ou ter anulado o voto foram desconsiderados. A categoria de referência foi o candidato do PSDB (Alckmin e Serra).

2. Preferência partidária: para esta variável o eleitor foi questionado se existe algum partido que gosta e qual seria. As respostas foram separadas entre aqueles que gostam do PV (2010) ou PSB (2014), do PT, do PSDB, dos que gostam de qualquer outro partido político e aqueles que não gostam de nenhum, sendo esta última a categoria de referência.
3. Avaliação do PT e do PSDB: variável contínua, na qual o entrevistado respondia se “Não gosta” do partido ou se “Gosta muito”, por meio de notas em uma escala que varia de 0 a 10, respectivamente.
4. Avaliação das instituições (igreja evangélica, partidos políticos e governo federal): as três questões foram tratadas como variável contínua. Os entrevistados podiam avaliar cada uma delas como “Ótimo”, “Bom”, “Regular para bom”, “Regular para ruim”, “Ruim” e “Péssima”, nesta ordem.
5. Avaliação da situação econômica: o entrevistado era questionado sobre a situação econômica do país nos últimos 12 meses, podendo avaliar como “Melhor”, “Igual” ou “Pior”, sendo esta última a categoria de referência.
6. Região: região do país em que o entrevistado reside (Norte, Nordeste, Centro-oeste, Sul e Sudeste). A categoria de referência é Sudeste.
7. Idade: variável contínua com a idade do entrevistado.
8. Sexo: separados em Masculino e Feminino, sendo a última a categoria de referência.
9. Cor: os entrevistados foram separados em dois grupos “Branco” e “Não branco”, e a categoria de referência foi “Não branco”.
10. Religião: os entrevistados foram separados em três grupos - Católicos, Evangélicos ou Outras religiões/Não tem religião. A categoria de referência é “Católicos”.
11. Escolaridade: foram criados quatro grupos de resposta (Analfabeto/Fundamental incompleto; Fundamental completo/Médio incompleto; Médio completo/Superior incompleto; Superior completo ou mais). A categoria de referência é Analfabeto/Fundamental incompleto.

Resultados

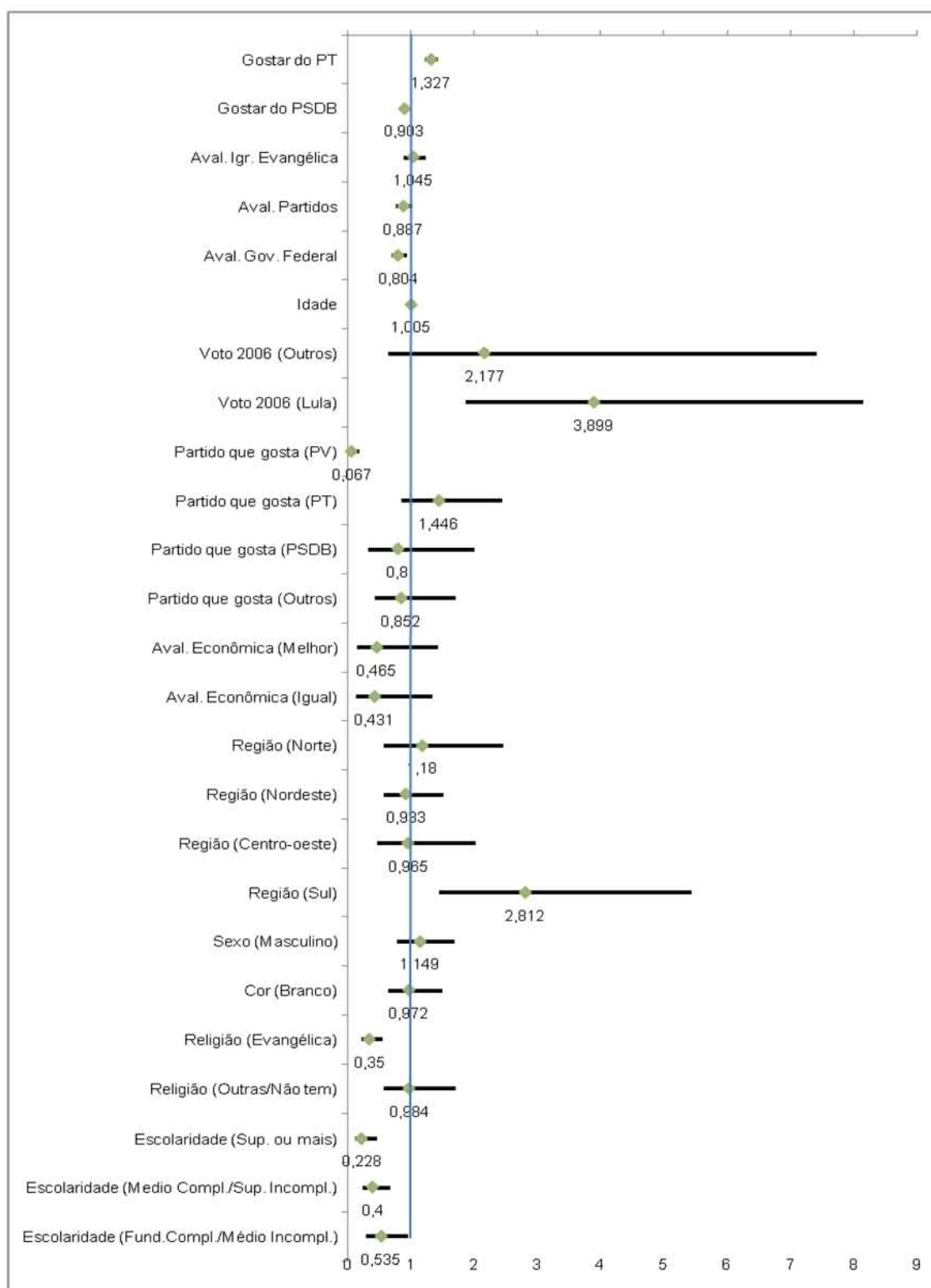
Os resultados serão apresentados separadamente e em seguida comparados, a fim de demonstrar a existência ou não de um eleitorado coeso em 2010 e em 2014. Para 2010, percebe-se que a avaliação dos partidos tradicionais importa para o voto. Conforme aumenta a preferência pelo PT e pelo PSDB, os eleitores têm maior propensão a votar em Dilma e Serra, respectivamente, do que em Marina Silva. Mas também, entre os que preferem o PSDB, há maior chance de votar em Marina do que em Dilma; e entre que preferem o PT, há maior chance de votar em Marina do que em José Serra. Reforçando o impacto do partido político, os eleitores que gostam do PV, têm mais chance de votar em Marina Silva do que em Dilma e em Serra, comparado com aqueles que não gostam de nenhum partido político. Esses achados demonstram o impacto dos partidos políticos na escolha eleitoral, algo válido de ser ressaltado em um país cuja identificação partidária apresenta níveis tão baixos (VEIGA, 2007; 2011).

O voto retrospectivo (HOLZHACKER e BALBACHEVSKY, 2007; FIGUEIREDO, 2008; PEIXOTO E RENNÓ, 2011) também apresenta impacto. Os eleitores que votaram em Lula em 2006 têm aproximadamente 4 vezes mais chance de votar em Dilma em 2010 do que de votar em Marina, comparado com aqueles que votaram no candidato peessedebista. Além disso, os que escolheram o candidato petista em 2006 ou qualquer outro candidato diferente do PSDB têm menos chance de votar em José Serra do que em Marina Silva, demonstrando também a coerência nas escolhas eleitorais ao longo do tempo. Outra característica que tem efeito sobre a preferência eleitoral é a avaliação do governo federal e da situação econômica do país, também frequentemente associada ao voto retrospectivo (DOWNS, 1999). O presente trabalho segue a mesma linha e demonstra tal impacto. Com a piora da avaliação do governo petista, aumentam as chances do eleitor votar em Marina do que em Dilma. Já a respeito da percepção sobre a situação econômica do país, aqueles que a consideram melhor ou igual nos últimos 12 meses têm maior chance de votar em Marina do que em Serra, comparado com aqueles que avaliam negativamente, ressaltando o reconhecimento da oposição existente entre o PT e o PSDB.

Sobre as variáveis sociodemográficas, destacam-se os eleitores de religião evangélica, cujas chances de votar em Marina Silva são maiores do que a de votar em Dilma Rousseff e José Serra, comparados com os católicos. Esse ponto evidencia a identidade com a candidata, publicamente associada a tal religião, algo que já foi demonstrado em trabalhos anteriores (PEIXOTO E RENNÓ, 2011; NICOLAU, 2014; TELLES E MUNDIM, 2015). Sobre a região do país que residem, os eleitores do Sul votariam menos em Marina do que em seus oponentes petista e peessedebista, ao contrário dos do Nordeste, cuja chance de votar em Marina é maior do que a de votar em José Serra, em relação aos eleitores do Sudeste, local de alta concentração de votos peessedebistas.

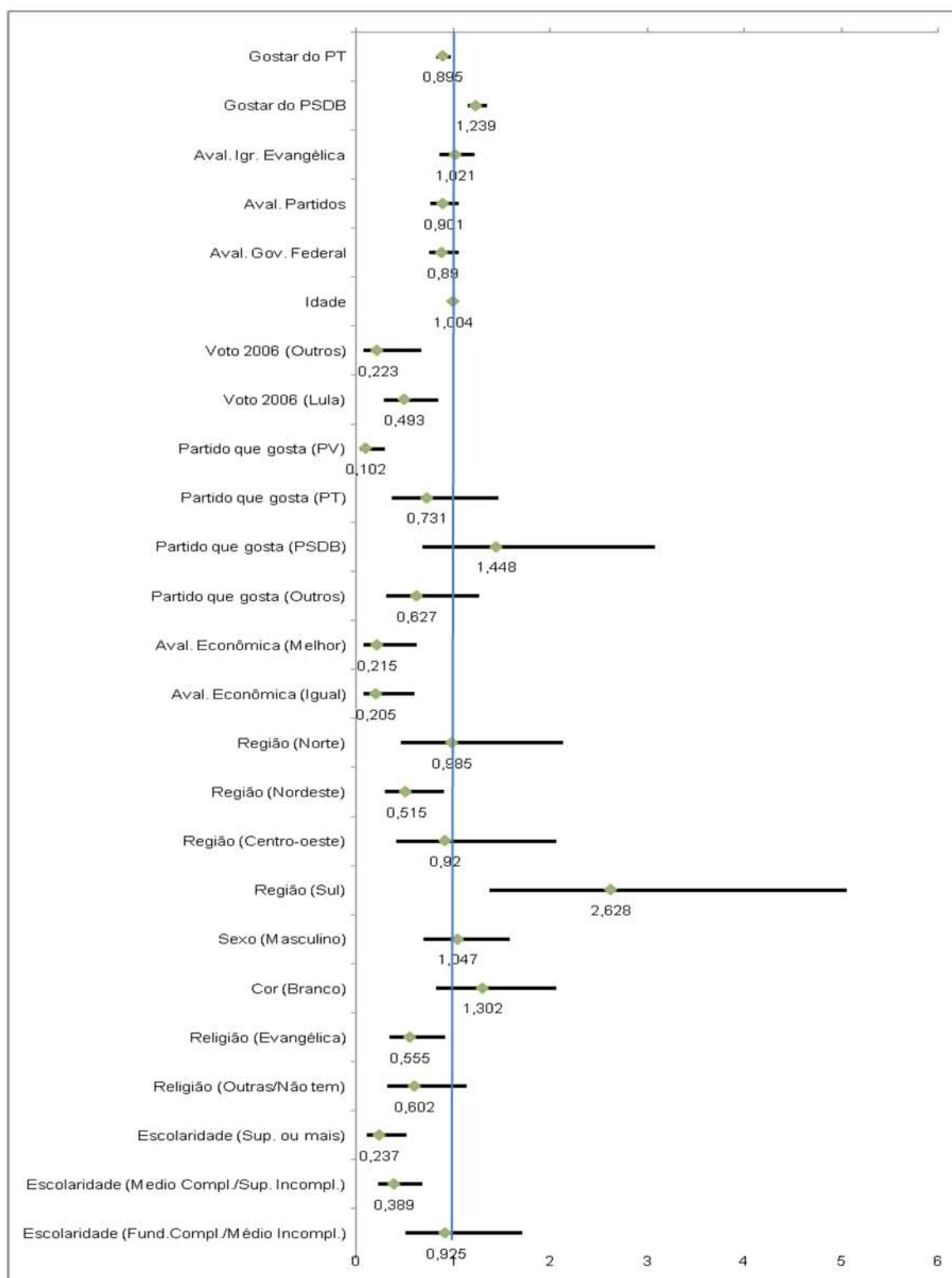
Por fim, sobre a escolaridade, fica demonstrado que o aumento da escolaridade aumenta as chances de votar em Marina do que em Dilma ou Serra, sendo este último em menor medida.

Figura 1 - Razão de chance no Voto em Dilma Rousseff 2010



N=1114; -2likelihood = 1440,412; Nagelkerke = 0,596.

Figura 2 - Razão de chance no Voto em José Serra 2010



N=1114; -2likelihood = 1440,412; Nagelkerke = 0,596.

Em 2014 a relação com os partidos políticos se repete. A avaliação do PT e do PSDB se mostra significativa para o voto em seus candidatos em detrimento ao voto em Marina Silva. Do mesmo modo a oposição se confirma, sendo maior a chance de votar em

Marina do que em Dilma para o aumento da avaliação positiva do PSDB, e de votar em Marina em comparação com Serra com o aumento da avaliação positiva do PT. Sobre a preferência partidária, vemos uma maior relação entre a identidade partidária e o voto em Dilma ou Marina. Eleitores que se identificam com o PT têm maior chance de votar na candidata deste partido do que em Marina Silva, mas entre os que se identificam com o PSDB a relação é inversa.

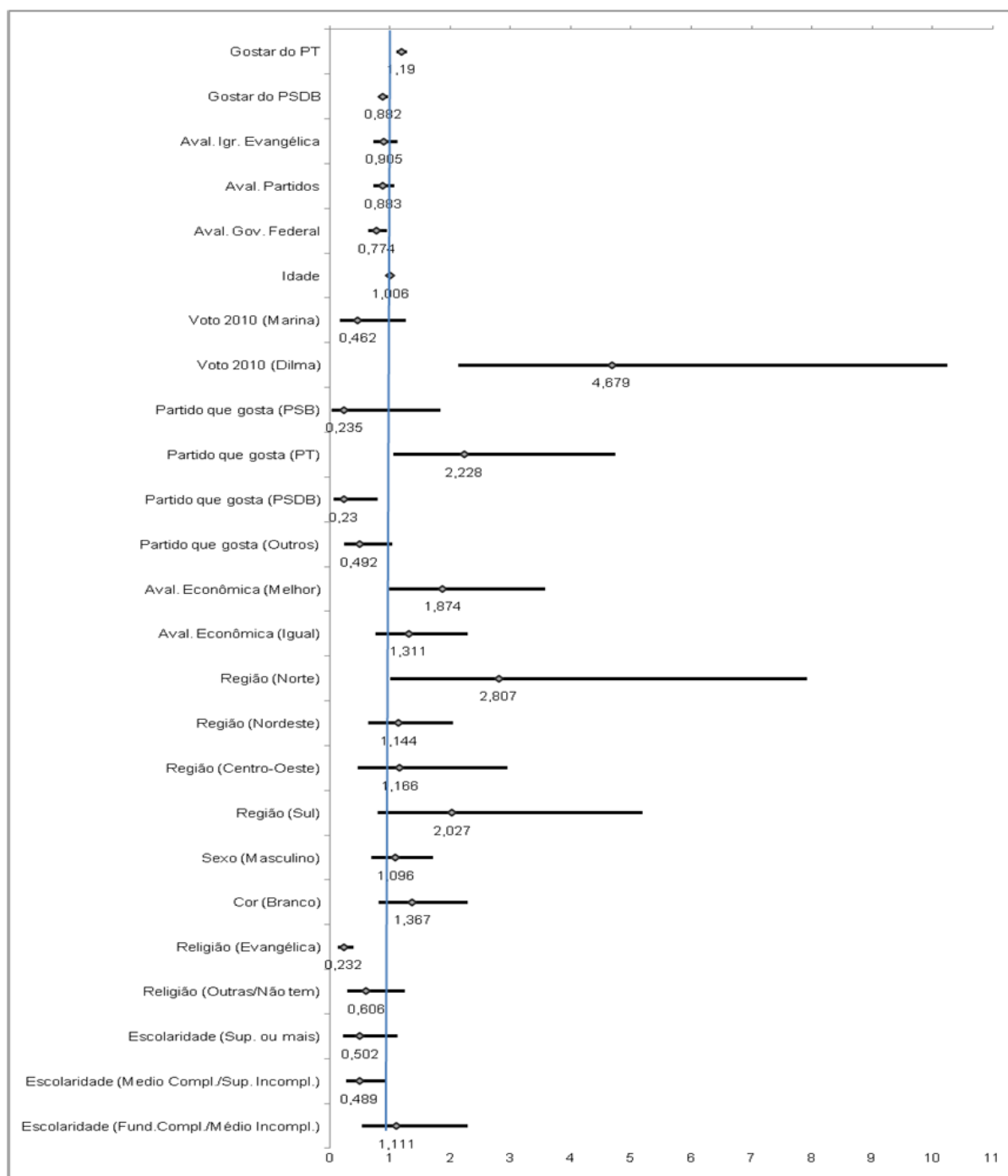
Vemos também novamente o impacto do voto retrospectivo. Os que votaram em Dilma têm muito mais chance de votar novamente na candidata em 2014 do que de votar em Marina Silva; e os que votaram em Marina ou Dilma têm menos chance de votar em Aécio Neves do que de votar na candidata que competia pelo PSB. A avaliação econômica não apresenta efeito para esse ano, mas a avaliação do governo federal e dos partidos políticos sim¹⁶. No primeiro caso, a avaliação positiva do governo amplia as chances de voto em Dilma e as reduz para Marina; e, ao contrário, aumenta as chances de voto em Aécio do que em Marina. Já em relação a avaliação dos partidos políticos, vemos uma maior chance do eleitor que avalia mal os partidos em votarem na Marina Silva do que de votarem em Aécio Neves. Esse achado é fundamental para o presente trabalho, uma vez que a candidata frisou constantemente sua posição como uma “terceira via” às opções tradicionais e como uma alternativa para uma mudança na forma de fazer política, minimizando a atuação desses partidos que dominam a cena política nacional.

Passando para as variáveis sociodemográficas novamente vemos o efeito da religião sobre o voto. Eleitores evangélicos tendem a votar mais em Marina Silva do que em Dilma ou Aécio, como já demonstraram Amaral e Ribeiro (2015). A escolaridade também segue apresentando relação com o voto. Eleitores com maior escolaridade possuem maior chance de votar em Marina do que em Dilma Rousseff. Por fim, destaca-se o efeito da região como determinante do voto¹⁷. Ser da região Norte ou Sul amplia a possibilidade de voto em Aécio Neves, enquanto ser do Nordeste favorece o voto em Marina Silva. Essa tendência encontrada no Norte vai contra nossa hipótese, pois imaginávamos encontrar uma base de apoio para Marina nessa região devido ao histórico político da candidata. Mas não podemos descartar seu maior sucesso no Nordeste, região de grande força do PSB, partido pelo qual competiu.

¹⁶ A avaliação econômica se aproxima de um impacto significativo, sendo que uma avaliação positiva aumentam as chances de voto na candidata incumbente. Todavia, esse efeito pode ter sido minimizado pelo baixo número de casos.

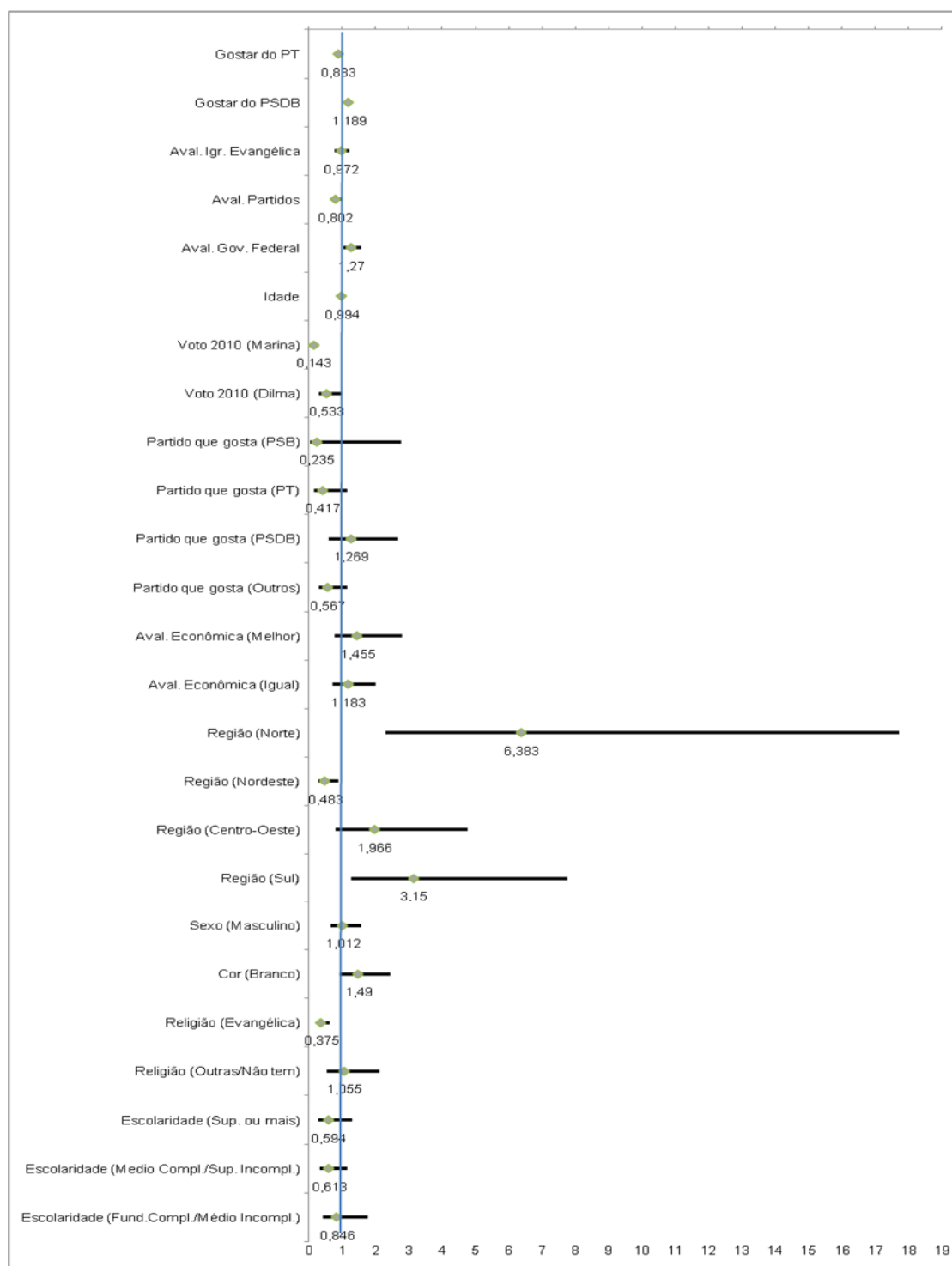
¹⁷ No mesmo sentido do que ocorre para a avaliação econômica vemos também para os eleitores da região Norte do país, cuja chance de votar em Marina seria maior do que a de votar em Dilma, mas o baixo número de casos possivelmente minimizou o efeito dessa variável.

Figura 3 - Razão de chance no Voto em Dilma Rousseff 2014



N=1082; -2likelihood = 1264,12; Nagelkerke = 0,634.

Figura 4 - Razão de chance no Voto em Aécio Neves 2014



N=1082; -2likelihood = 1264,12; Nagelkerke = 0,634.

Os resultados indicam uma grande semelhança entre o eleitorado nos dois pleitos. É importante reforçar o impacto do partido político nessas duas eleições, ainda que de modo a diferenciar os candidatos dos partidos tradicionais. Esse achado é reforçado em 2014, quando temos uma relação entre a avaliação negativa dos partidos políticos e o voto em

Marina. A relação do voto com a religião evangélica também aponta um elemento importante, a identidade pessoal com a candidata. Essa evidência corrobora achados de trabalhos anteriores (PEIXOTO E RENNÓ, 2011; NICOLAU, 2014; AMARAL E RIBEIRO, 2015; TELES E MUNDIM, 2015) e demonstra o vínculo que Marina Silva conseguiu criar com um perfil de eleitor específico.

Assim como na sessão anterior, os dados individuais também apontam para um voto personalista. As características pessoais da candidata são ressaltadas criando certa identidade com o eleitorado. Além disso, percebe-se uma relação com a posição defendida por Marina Silva nas duas ocasiões em que competiu pela presidência, que se colocava como uma alternativa aos partidos tradicionais. Nesse sentido, é possível presumir que Marina conseguiu se projetar como uma “terceira via” eleitoral, e que apesar da constante mudança de legenda, isso não afetou sua imagem, reforçando viés pessoal da decisão do eleitor.

Considerações finais

Neste artigo buscamos identificar o voto em Marina Silva a partir de dois aspectos. Em primeiro lugar, apresentamos a análise espacial do voto a fim de testar a hipótese de que a espacialidade do voto seria condicionada pelo partido ou não. O que encontramos foi uma distribuição dos votos centradas na figura da candidata, isto é, comparando as votações de 2010 e 2014 pouca coisa se altera apontando para um eleitorado que escolhe Marina Silva e não o PV ou o PSB, trazendo o debate sobre o personalismo na escolha do candidato (RENNÓ e CABELLO, 2010). Essa hipótese é corroborada pela comparação com o mapa eleitoral de 2014 de Eduardo Jorge (PV), cuja votação em nada parece com a dispersão do voto em Marina em 2010. Cabe, entretanto, notar que a hipótese partidária não pode ser completamente descartada uma vez que em 2014 a candidata recebe votos consideráveis no estado de Pernambuco, reduto eleitoral tradicional do PSB.

Em segundo lugar, apresentamos os resultados das regressões logísticas multinomiais. Nesta parte do artigo buscávamos compreender quem é o eleitor de Marina e se há congruência entre os pleitos de 2010 e 2014. Os dados corroboram boa parte da literatura. Esperávamos encontrar um eleitor politicamente insatisfeito e averso ao duopólio PT/PSDB na disputa presidencial. Essa hipótese se confirma apontando para a importância que a avaliação dos partidos políticos e do governo federal na formação das preferências do eleitor (CARREIRÃO e KINZO, 2014; NICOLAU 2014). Assim, o eleitor da Marina não necessariamente se identifica com o partido pelo qual ela concorre, mas entende que os demais partidos não os contemplam na hora de sua escolha. Os elementos do voto retrospectivo (DOWNS, 1999; HOLZHACKER e BALBACHEVSKY, 2007; FIGUEIREDO,

2008; PEIXOTO E RENNÓ, 2011) também foram importantes na escolha de Marina. Por fim, a hipótese que afirmava a importância da religião e da escolaridade no voto na candidata (PEIXOTO e RENNÓ, 2011; AMARAL E RIBEIRO, 2015; TELLES E MUNDIM, 2015) se confirma para os dois pleitos.

Este artigo traz um achado que contribui para esclarecer muito do que a opinião pública vinha debatendo sobre a efetividade da força política de Marina Silva. Demonstramos que ela se constitui como uma "terceira via" eleitoral, projetando sua imagem como a negação do *status quo* partidário, embora não tenha sido capaz de vincular-se à nenhum partido. Ao contrário, demonstra que sua constante migração partidária não afetou sua capacidade eleitoral, reforçando o personalismo do voto.

É importante destacar que ao mesmo tempo que percebemos esse viés personalista, também foi possível notar o reconhecimento partidário do eleitorado em relação à seus desafiantes e especificamente em 2014, quando vemos a força do PSB no nordeste. Estes achados são essenciais, pois apesar do país apresentar baixos e decrescentes índices de identidade partidária (VEIGA, 2007; 2011), nota-se o reconhecimento das legendas pela população, o que destaca a importância dos partidos políticos para o comportamento eleitoral. A existência de uma rejeição aos partidos tradicionais e a ascensão de um voto cuja base é majoritariamente personalista, nos faz atentar para o futuro eleitoral de legendas já consolidadas e para a continuidade da polarização da disputa como tem ocorrido desde 1994.

Novas eleições agora sob a legenda que a própria candidata ajudou a fundar – a Rede Sustentabilidade – poderão contribuir ainda mais com esse debate, incorporando novos dados e reforçando (ou não) a identidade pessoal entre o eleitorado e Marina Silva. Além disso, será possível analisar o impacto que sua candidatura exerce sobre os partidos políticos tradicionais, e como a candidata pode se beneficiar da atual conjuntura política do país, permeada por desconfiança e insatisfação.

Referências bibliográficas

- AMARAL, O. E do; RIBEIRO, P. F. Por que Dilma de novo? Uma análise exploratória do Estudo Eleitoral Brasileiro de 2014. *Revista de Sociologia e Política*, vol.23, n.56, 2015.
- BIZZARRO NETO, F. PMDB: organização e desenvolvimento em São Paulo (1994 – 2010). *Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Campinas, Unicamp*. Campinas, SP, 2013.
- CARREIRÃO, Y. d. S.; KINZO, M. D. Partidos políticos, preferência partidária e decisão eleitoral no Brasil (1989/2002). *Dados*, vol.47, n.1, 2004.
- DIAS, M.R. Nas brumas do HGPE: a imagem partidária nas campanhas presidenciais brasileiras (1989 a 2010). *Opinião Pública*, vol.19, n.1, 2013.

- DOWNS, A. *Uma teoria econômica da democracia*. São Paulo: Edusp, 1999.
- FIGUEIREDO, M. *A decisão do voto: democracia e racionalidade*. 2ª Edição. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.
- HOLZHACKER, D.; BALBACHEVSKY, E. Classe, ideologia e política: uma interpretação dos resultados das eleições de 2002 e 2006. *Opinião Pública*, vol.13, n.2, 2007.
- LIMONGI, F.; GUARNIERI, F. A base e os partidos: as eleições presidenciais no Brasil pós-redemocratização. *Novos Estudos Cebrap*, n.99, 2014.
- MENEGUELLO, R. Contexto e Padrões de Votação. *XII Brazilian Studies Association, BRASA*. Londres, Agosto, 2014.
- NICOLAU, J. Determinantes do voto no primeiro turno das eleições presidenciais brasileiras de 2010: uma análise exploratória. *Opinião Pública*, vol.20, n.3, 2014.
- PEIXOTO, V.; RENNÓ, L. Mobilidade social ascendente e voto: as eleições presidenciais de 2010 no Brasil. *Opinião Pública*, vol.17, n.2, 2011.
- RENNÓ, L.; CABELLO, A. As bases do lulismo: a volta do personalismo, realinhamento ideológico ou não alinhamento?. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.25, n.74, 2010.
- SOARES, G.; TERRON, S. Dois Lulas: a geografia eleitoral da reeleição (explorando conceitos, métodos e técnicas de análise geoespacial). *Opinião Pública*, vol.14, n.2, 2008.
- TELLES, H. S.; MUNDIM, P. S. Movilidad cognitiva y religión: Paradojas del voto a Marina Silva en las elecciones presidenciales brasileñas de 2010. *Revista de Ciência Política*, vol.35, n.3, 2015.
- TERRON, S. *A composição de territórios eleitorais no Brasil: uma análise das votações de Lula*. Tese de Doutorado, IUPERJ. Rio de Janeiro, 2009.
- VEIGA, L. Os partidos brasileiros na perspectiva dos eleitores: mudanças e continuidades na identificação partidária e na avaliação das principais legendas após 2002. *Opinião Pública*, vol.13, n.2, 2007.
- _____. O partidarismo no Brasil (2002/2010). *Opinião Pública*, vol.17, n.1, 2011.

ANEXO

Tabela 2 - Descrição das variáveis comportamentais

	2010 (N = 2000)		2014 (N = 2506)	
	N	%	N	%
Voto no 1º turno das eleições presidenciais				
Marina Silva	328	18,6	257	12,4
Dilma Rousseff	900	51	1078	52,1
José Serra (2010)/Aécio Neves (2014)	535	30,3	736	35,5
Total	1763	100	2071	100
Voto retrospectivo no 1º turno das eleições presidenciais (2006 e 2010, respectivamente)				
Outros (2006)/Marina Silva (2010)	40	2,5	127	7,5
Lula (2006)/Dilma Rousseff (2010)	1253	79,8	1218	72,4
Alckmin (2006)/José Serra (2010)	278	17,7	338	20,1
Total	1571	100	1683	100
Gosta de algum partido?				
PV (2010)/PSB (2014)	70	3,5	10	0,4
PT	553	27,8	452	18,2
PSDB	155	7,8	166	6,7
Outros	167	8,4	169	6,8
Não gosta	1047	52,6	1684	67,9
Total	1992	100	2481	100
Avaliação PT- escala de 0 (Não gosta) a 10 (Gosta muito)				
Média	1916	5,68	2176	4,96
Avaliação PSDB - escala de 0 (Não gosta) a 10 (Gosta muito)				
Média	1799	4,24	1955	4,28
Avaliação das instituições: igreja evangélica				
Ótima	296	16,1	440	18,7
Boa	875	47,5	1049	44,6
Regular (positiva)	400	21,7	556	23,7
Regular (negativa)	76	4,1	175	7,4
Ruim	90	4,9	83	3,5
Péssima	107	5,8	49	2,1
Total	1844	100	2352	100

Avaliação das instituições: partidos políticos				
Ótima	41	2,2	66	2,8
Boa	346	18,7	302	12,8
Regular (positiva)	550	29,7	540	22,8
Regular (negativa)	268	14,5	621	26,2
Ruim	351	19	493	20,8
Péssima	296	16	349	14,7
Total	1852	100	2371	100
Avaliação das instituições: governo federal				
Ótima	152	7,9	120	4,9
Boa	845	43,7	549	22,7
Regular (positiva)	524	27,1	747	30,8
Regular (negativa)	153	7,9	489	20,2
Ruim	141	7,3	351	14,5
Péssima	118	6,1	168	6,9
Total	1933	100	2423	100
Avaliação da situação econômica (últimos 12 meses)				
Melhor	1062	55,1	605	24,7
Igual	761	39,5	1151	47
Pior	105	5,4	694	28,3
Total	1928	100	2449	100

Fonte: Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB) 2010 e 2014.

Tabela 3 - Descrição das variáveis sociodemográficas

	2010 (N = 2000)		2014 (N = 2506)	
	N	%	N	%
Região				
Norte	144	7,2	196	7,8
Nordeste	540	27	646	25,8
Centro - Oeste	144	7,2	194	7,7
Sudeste	872	43,6	1106	44,1
Sul	300	15	364	14,5
Total	2000	100	2506	100
Idade				
Média	1999	41 anos	2506	41 anos
Sexo				
Masculino	966	48,3	1196	47,7
Feminino	1034	51,7	1310	52,3
Total	2000	100	2506	100
Cor				
Branca	859	43,1	923	37,2
Não branca	1134	56,9	1560	62,8
Total	1993	100	2483	100
Religião				
Católica	1235	61,8	1567	62,8
Evangélica	436	21,8	599	24
Outras/Não tem	326	16,3	330	13,2
Total	1997	100	2496	100
Escolaridade				
Analfabeto/Fundamental incompleto	889	44,5	893	35,6
Fundamental completo/Médio incompleto	374	18,7	506	20,2
Médio completo/Superior incompleto	612	30,6	878	35
Superior completo ou mais	125	6,3	230	9,2
Total	2000	100	2506	100

Fonte: Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB) 2010 e 2014.