

capítulo 1

A opinião pública ensina:
há eleições possíveis
de serem vencidas
e outras, impossíveis
(o marketing não faz mágica)
– quem manda é o eleitor

O DITO ATRIBUÍDO A MAGALHÃES PINTO DE QUE POLÍTICA É COMO NUVEM – em um instante tem um formato e no momento seguinte está completamente diferente – não se aplica à opinião pública. A opinião pública é regida por padrões. Ela não se comporta de maneira aleatória, irregular ou ilógica. As eleições presidenciais no Brasil são uma prova cabal desta afirmativa:

1. Em 1994, o governo Itamar Franco estava muito bem avaliado. Foi eleito o seu ex-ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso.
2. Em 1998, o governo Fernando Henrique estava muito bem avaliado. O próprio presidente foi reeleito.
3. Em 2002, o governo Fernando Henrique estava mal avaliado. O seu principal opositor, Lula, foi eleito.
4. Em 2006, o governo Lula estava muito bem avaliado. Mais uma vez o presidente em exercício foi reeleito.

Qual o padrão detectado em quatro eleições presidenciais?

É simples, independentemente do marketing, das declarações dos candidatos e de outros fatores que se assemelham às nuvens de Magalhães Pinto, quando o governo é bem avaliado o candidato governista é o franco favorito, quando o governo é mal avaliado acontece o oposto. A oposição torna-se pule de dez.

Recordar é viver.

Na campanha presidencial de 1994, Rubens Ricupero, então ministro da Fazenda, deixou o cargo no início de setembro por causa do seguinte diálogo em off que travou com o jornalista Carlos Monforte da Rede Globo. Em função de uma falha técnica, esse diálogo foi captado por quem recebia o sinal da Globosat por meio de antenas parabólicas:

Carlos Monforte – Ministro, nós vamos aproveitar sua presença enquanto se soluciona o problema de áudio.

Ricupero – Claro, Monforte, isto aí é bom pra mim, bom pro Real e bom para o Fernando.

Monforte – E como vai a campanha, ministro?

Ricupero – A campanha está ótima, muita gente que não votaria no Fernando por causa do PFL, agora vai votar por minha causa. (...)

Monforte – Dizem que o Lula está subindo.

Ricupero – Se ele está subindo, então precisamos de um espaço no *Fantástico*, porque não adianta ficar falando do Real só nos programas de telejornalismo.

Monforte – E depois das eleições, o que acontece?

Ricupero – Depois de 15 de novembro, vamos ter de reprimir as greves que vão ocorrer no Brasil. Vamos soltar a polícia sobre os grevistas.

Ricupero: O que é bom a gente fatura, o que é ruim, esconde.

As declarações de Ricupero tiveram ampla repercussão e foram objeto de inúmeras análises que afirmavam que a partir daquele momento o candidato governista perderia terreno para Lula. Faltava apenas um mês para o primeiro turno e a campanha do PT utilizou de forma exaustiva, tanto na TV quanto nas ruas, o episódio das antenas parabólicas. Fernando Henrique venceu no primeiro turno. Sejam repetitivos, a opinião pública tem padrões e justamente por isso as declarações de Ricupero não abalaram o favoritismo do candidato do governo.

Episódio semelhante, ao menos no que tange à quantidade de avaliações que previram a queda de Fernando Henrique Cardoso na corrida pre-

sidencial, aconteceu em 1998. Em maio daquele ano, FHC afirmou que “todo aposentado é vagabundo”. A declaração teve grande repercussão e foi tomada pela oposição como a prova de que FHC não se preocupava com os trabalhadores. Não foram poucos os analistas que juntaram causa e consequência: a causa seria a frase do então presidente, a consequência sua queda nas pesquisas. Lembro-me bem do episódio. Ele ocorreu quando eu estava em lua-de-mel. Saí do Brasil quando a conjuntura política, de acordo com a opinião pública, era de um jeito, voltei com ela de outro completamente diferente. Parecia nuvem. Porém, a opinião pública não se movera: Fernando Henrique permanecia firme, liderando as pesquisas de intenção de voto. O presidente bem avaliado – em que pesem várias declarações consideradas infelizes – foi reeleito.

Todavia, às vezes declarações ou acontecimentos “infelizes” abatem os candidatos. A eleição presidencial de 2002 foi fértil nesse terreno. Roseana Sarney liderava as pesquisas no início daquele ano, mas foi derrubada pelo escândalo que ficou conhecido como episódio Lunus (na época foram divulgadas imagens do dinheiro encontrado na empresa de Roseana, maços de notas de 50 reais, num total de 1,34 milhão de origem não explicada). O caso foi notícia nos principais jornais do Brasil. Um fato único mas que abateu uma candidatura tida como favorita.

Semelhante foi o destino de Ciro Gomes naquela campanha. Em meado do ano, no momento em que ele disputava a liderança com Lula, sua candidatura foi abatida por inúmeras declarações infelizes do candidato. Não se tratou de um fato único, mas de um somatório de acontecimentos, todos eles negativamente associados a Ciro. Quem mais perdia com a subida de Ciro era José Serra. Foi ele quem divulgou exaustivamente as declarações de Ciro em seu programa eleitoral gratuito. Aos poucos, a candidatura do ex-governador do Ceará foi perdendo força, que terminou a disputa em quarto lugar. Eis a pergunta: os casos de Roseana e Ciro não mostram, ao contrário de meu argumento, que a opinião também é como nuvem?

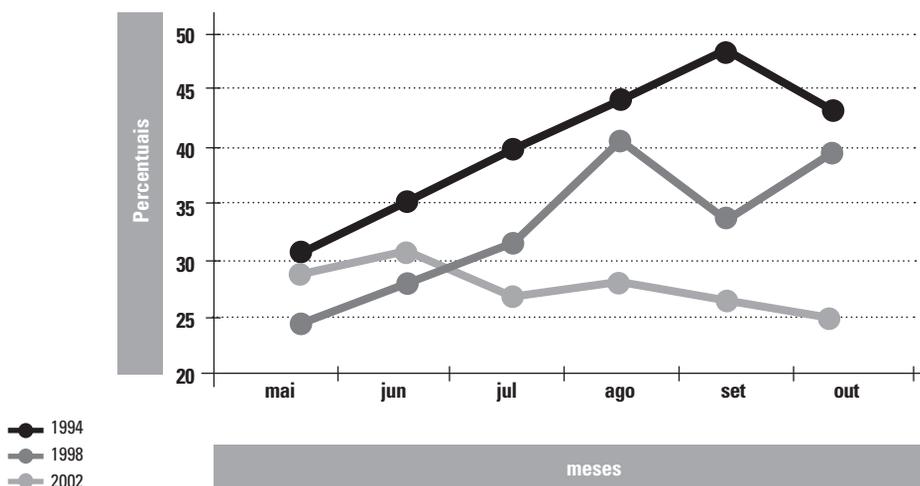
Primeira regra: ganhar a eleição contra um governo bem avaliado não é para quem quer, é para quem pode.

A primeira regra, completa, também afirma que quando o governo é mal avaliado o candidato da oposição torna-se o franco favorito. A questão crucial é: quando se considera que um governo é bem avaliado? E quando ele é mal avaliado? Tomemos os exemplos das três eleições presidenciais – 1994, 1998 e 2002 – nas quais declarações e acontecimentos tanto tiveram efeito – quanto não tiveram – nos destinos de nossos candidatos.

Quando se observa a evolução das somas de “ótimo” e de “bom” duas coisas se destacam. A primeira é que de maio a outubro, imediatamente antes do pleito, a popularidade do presidente melhorou tanto em 1994 quanto em 1998. É curioso conversar, ainda hoje, sobre a eleição de 1998 com pessoas que acompanharam de perto aquela eleição. Muitos argumentam que FHC foi fortemente ameaçado pela crise econômica internacional. Isso pode ser verdade quando pensamos os efeitos nos fundamentos da economia. Porém, as conseqüências da crise não foram sentidas pelo eleitorado. A popularidade do presidente só fez melhorar até a data das eleições. Não há controvérsias quanto a 1994: a popularidade de Itamar disparou por causa do Plano Real. A exceção foi 2002: pelos números crus, a popularidade de FHC piorou no decorrer do período eleitoral, considerando-se a margem de erro das pesquisas, ela permaneceu inalterada. Resumindo, em duas eleições a popularidade do presidente melhorou e em uma ficou parada ou caiu.

Gráfico 1

A popularidade presidencial de maio a outubro em três eleições presidenciais



O segundo fator que merece destaque é o patamar da avaliação positiva às vésperas da eleição. Em 1994 e 1998, a soma de “ótimo” e de “bom” do presidente ficou em torno de 40%, um pouco acima ou um pouco abaixo, mas sempre em torno deste patamar. Em 2002, o mesmo percentual estava 15 pontos mais baixo no mês da eleição: somente 25%. Em duas eleições, além de a popularidade subir durante o ano ela atingiu 40%, em uma eleição ela não subiu e ficou somente em 25%. Pergunta simples: em quais destas eleições o favorito é o candidato do governo?

Trata-se de uma lógica e o eleitor não quer risco: quando ele considera que o governo é bom ou ótimo ele tem maior preferência para votar ou no candidato do governo ou naquele que disputa a reeleição. Sendo uma lógica, ela se aplica a qualquer eleição: federal, estadual ou municipal.

As eleições são, portanto, previsíveis. Tudo o que é previsível o é probabilisticamente. Não existe uma relação determinante entre a avaliação do governo e

A cabeça do eleitor

o voto, mas que esta relação é probabilística, ah!, quanto a isto não existe dúvida. Pelos dados de 2000, em 19 eleições, pode-se dizer que os candidatos do governo tendem a vencer quando a soma de “ótimo” e de “bom” está acima de 50%. Quando está abaixo disso, a derrota é praticamente certa. Aliás, falando-se de avaliação negativa, em duas eleições ela foi um impedimento para que o candidato do governo disputasse o pleito: São Paulo com Pitta e Vassouras (RJ) com o então prefeito Pedro Ivo. No patamar de 50%, a derrota abaixo disso é mais certa que a vitória acima. Conde perdeu no Rio para Cesar Maia e Roberto Magalhães para João Paulo no Recife.

Tabela 1

A previsibilidade em 19 eleições de 2000

Município	Data da pesquisa	Ótimo e bom		Resultado
Vitória	25 set	87	Luiz Paulo	reeleito
Cabo Frio	20set	80	Alair Correa	reeleito
Curitiba	25 set	70	Cássio Taniguchi	reeleito
Fortaleza	25 set	70	Juraci Magalhães	reeleito
Nova Iguaçu	25 ago	67	Bornier	reeleito
* Rio de Janeiro	28 set	64	Conde	perdeu
Porto Alegre	26 set	61	Raul Pont	elegeu o sucessor
Itatiaia	20 jun	61	Almir	reeleito
Niterói	27 set	59	Jorge Roberto Silveira	reeleito
* Recife	26 set	59	Roberto Magalhães	perdeu
Belo Horizonte	27 set	58	Célio de Castro	reeleito
Araruama	11 set	51	Meira	perdeu
Itaboraí	6 set	49	Sérgio Soares	perdeu

Barra Mansa	24 set	45	Inês Pendeló	perdeu
São Gonçalo	19 set	41	Ezequiel	perdeu
Vassouras	23 ago	40	Pedro Ivo	não disputou
Arraial do Cabo	5 set	39	Renato Viana	perdeu
São Pedro da Aldeia	2 ago	23	Carlindinho	perdeu
São Paulo	28 set	11	Pita	não disputou

* **Rio de Janeiro** > derrota por 0,02%

* **Recife** > derrota por 0,007%

Conde e Roberto Magalhães perderam eleições ganhas. No caso do Rio de Janeiro havia uma superposição entre as imagens de Conde e de Cesar Maia. Este tinha sido eleito em 1992 e, quatro anos depois, muito bem avaliado, indicou Conde, que era seu secretário municipal de Habitação, que venceu facilmente. O lema de Conde na eleição de 1996 era: “Conde é Cesar, Cesar é Conde”. Assim, não surpreende que no Rio o grande tema da eleição de 2000 fosse a disputa entre o criador – Cesar Maia – e a sua criatura – Conde, que tinha rompido com ele e alçado vôo político próprio. O voto governista em 2000, de quem avaliava bem a dupla Conde-Cesar Maia, os dois governos sucessivos de ambos, ficou dividido. Pode-se dizer que a boa avaliação de Conde naquela eleição se refletiu no fato de tanto ele quanto Cesar Maia terem ido disputar o segundo turno. Com Conde ou Cesar Maia, venceria o voto governista e por uma diferença de 0,02% de votos válidos.

O caso de Recife é mais complexo. Roberto Magalhães era do PFL e João Paulo do PT. Estava longe de se parecer com o Rio. Certamente a campanha do prefeito não soube capitalizar a boa avaliação que ele tinha. A exceção à regra pode até ser vista menos como exceção, quando se considera que, numa cidade do tamanho de Recife, a derrota de Roberto Magalhães no segundo turno ocorreu por uma margem de votos ridiculamente

A cabeça do eleitor

pequena: 0,007%. Além disso, Magalhães deixou de ganhar por um triz já no primeiro turno.

A lógica permanece. Em 2004, dentre as eleições analisadas, o governo foi derrotado nos lugares onde o prefeito em gestão recebeu menos de 45% de “ótimo” e “bom”. Somente em duas eleições onde os quesitos “ótimo” e “bom” ficaram acima de 45% o governo não venceu: Paracambi e Duque de Caxias.

No caso de Paracambi, o então prefeito André Ceciliano perdeu a eleição no voto, mas ganhou em seguida na justiça. O Tribunal Regional Eleitoral do Estado do Rio de Janeiro considerou que o dr. Flávio, que derrotara Ceciliano, não tinha cumprido todos os requisitos básicos da lei eleitoral. Na época, argumentava-se nos principais meios de comunicação do Estado do Rio que o dr. Flávio tinha comprado votos abertamente. O fato é que a campanha do dr. Flávio explorou um ponto fraco do governo de Ceciliano, a saúde. A prefeitura estava muito mal avaliada nesta área e o dr. Flávio era Doutor porque era médico. Isto serve para ilustrar a natureza probabilística da relação entre causa e consequência.

Tabela 2

Mais um pouco de previsibilidade em vinte eleições de 2004

Município	Data da pesquisa	Ótimo e bom		Resultado
* Duque de Caxias	28 out	75	Zito	não elegeu sucessor
Macaé	24 set	71	Silvio Lopes	elegeu sucessor
Barra Mansa	21 set	70	Roosevelt Brasil	eleito
Saquarema	22 set	67	Antonio Peres	eleito
Rio de Janeiro	12 jun	64	César Maia	eleito
Nova Friburgo	21 set	64	Saudade Braga	eleita
Araruama	15 set	64	Chiquinho do Atacadão	eleito

Niterói	29 set	59	Godofredo	eleito
* Paracambi	4 jun	55	André Ceciliano	perdeu
Mauá	28 ago	52	Oswaldo Dias	(1º turno: 6pp) (2º turno: TRE)
Teresópolis	22 set	53	Roberto Petto	eleito
Casimiro de Abreu	26 ago	46	Paulo Dames	eleito
Nova Iguaçu	26 set	43	Mário Marques	perdeu
Magé	11 set	39	Narriman Zito	perdeu
Goiânia	25 ago	37	Pedro Wilson	perdeu
Guapimirim	15 jun	37	Ailton Vivas	não elegeu sucessor
São João de Meriti	28 ago	20	Antônio de Carvalho	não apoiou candidato
Mesquita	29 mai	19	Framínio Gonçalves	perdeu
São Gonçalo	22 jun	7	Charles	perdeu
Belford Roxo	12 set	5	Waldir Zito	não disputou

* Duque de Caxias > derrota por 4%

* Paracambi > derrota por 2,17%

O caso de Duque de Caxias, pode ser argumentado, é qualitativamente diferente. Isto porque o prefeito deixou de eleger seu sucessor com nada mais nada menos do que 75% de ótimo e bom. Alguns poderão pensar: se é possível derrotar um prefeito com esta avaliação, é possível derrotar qualquer prefeito que tenha uma avaliação pior do que esta. Sim, Caxias é qualitativamente diferente, não por causa dos 75% de aprovação, mas porque o então prefeito Zito estava enfrentando alguém que era considerado pelo eleitorado uma espécie de “prefeito paralelo”. Washington Reis (WR), o vencedor de 2004, tinha sido vice-prefeito na primeira vez que Zito tinha vencido em 1996. Ele também tinha sido eleito três vezes deputado estadual

A cabeça do eleitor

com votações crescentes: 13.291 votos, em 1994; 33.026 votos, em 1998 e 64.788 votos, em 2002.

E, o mais importante, WR era reconhecido pela população como o responsável por quarenta centros sociais que prestavam diversos serviços à população, desde cursos de informática até aulas de música. Os quarenta centros sociais de WR atendiam a pelo menos 20% dos eleitores de Caxias e conferiam ao candidato a imagem de prefeito paralelo, de alguém que cuidava dos pobres e de uma pessoa preparada para governar. O rol de condições reunidas por WR para derrotar o candidato de um prefeito muito bem avaliado é raríssimo. Ele levou mais de 10 anos para montar sua enorme rede social e torná-la amplamente reconhecida pelo eleitorado. Mais uma vez, Caxias é, sim, qualitativamente diferente e isto tem a ver com a história política de WR.

A lição deste caso é simples: é necessária muita musculatura, muita musculatura mesmo, para derrotar um prefeito com avaliação amplamente positiva. Trata-se de um fato raro e, portanto, na linguagem estatística, de baixa probabilidade de ocorrência.

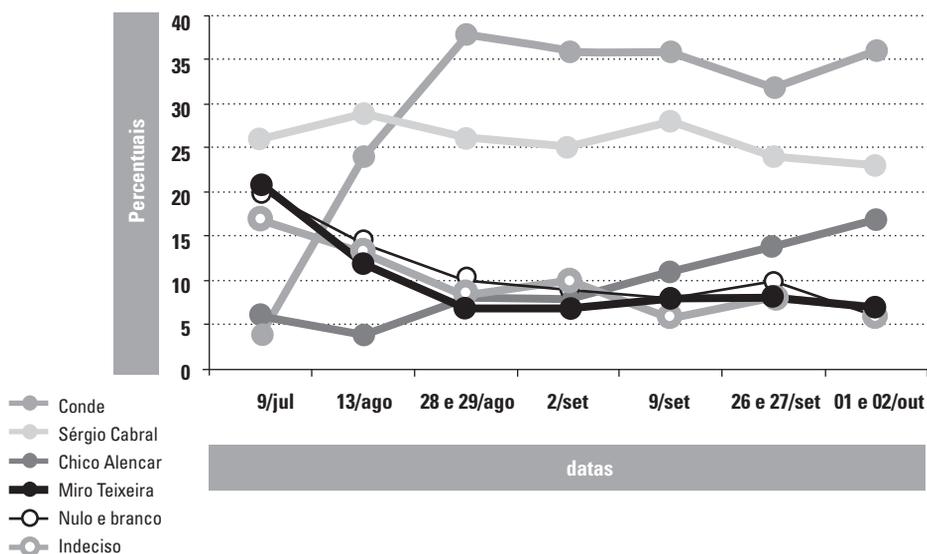
A história política de WR não é tudo. Foi preciso que ele, mesmo sendo um candidato de oposição, fizesse uma campanha muito governista para que não perdesse os votos que tinha. Como um opositorista pode fazer uma campanha de governo? Não atacando o prefeito, não atacando a prefeitura e prometendo dar continuidade ao que o prefeito vinha fazendo. Foi isso que WR fez durante sua campanha. Utilizando-se de seus centros sociais, mostrou ao eleitorado que era mais capaz do que o candidato de Zito, Laury Villar, para dar continuidade ao que vinha sendo feito. Fenomenal, a oposição vence com um discurso de governo. Isso só foi possível porque WR havia sido aliado político de Zito no passado e porque, repito, com seus quarenta centros sociais ele transmitia a imagem de administrar uma prefeitura paralela. Vencer um prefeito com 75% de ótimo e bom não é para quem quer, é para quem pode.

Em julho de 1996, Cesar Maia estava muito bem avaliado. Naquele mês, 42% do eleitorado do Rio dizia que sua administração era ótima e boa. Paulo Maluf, também em julho de 1996, tinha um índice de ótimo e bom ainda

mais elevado do que o de Cesar Maia: 52%. César elegeu Conde e Maluf elegeu Pitta. A trajetória de crescimento dos vencedores de 1996 foi fulminante. No início de julho, Conde era um ilustre desconhecido do eleitorado carioca. Isso se refletia nas pesquisas, Conde perdia para todos os candidatos e também para a proporção do eleitorado que estava indecisa e que queria anular o voto ou deixá-lo em branco. No final de agosto, Conde já era o primeiro colocado, posição que não perderia mais até ser consagrado nas urnas prefeito do Rio. Sérgio Cabral, que foi o primeiro colocado até meado de agosto, acabou a eleição mais ou menos com a mesma proporção que iniciou: 25%. Interessante, o segundo colocado não perde votos, mas é ultrapassado pelo primeiro que conquista votos dos demais candidatos e também ganha com a redução de indecisos, nulos e brancos.

Gráfico 2

Cesar Maia com 42% de “ótimo” e “bom” em julho elege Conde seu sucessor



Uma outra coisa importante nesta eleição é que Conde ocupou um espaço que não tinha sido ocupado por nenhum dos demais candidatos. Sérgio Cabral, Miro Teixeira e Chico Alencar eram todos candidatos de oposição. Conde não veio para dividir mais ainda o voto oposicionista, mas para carrear os votos daqueles que estavam satisfeitos com a administração de Cesar Maia.

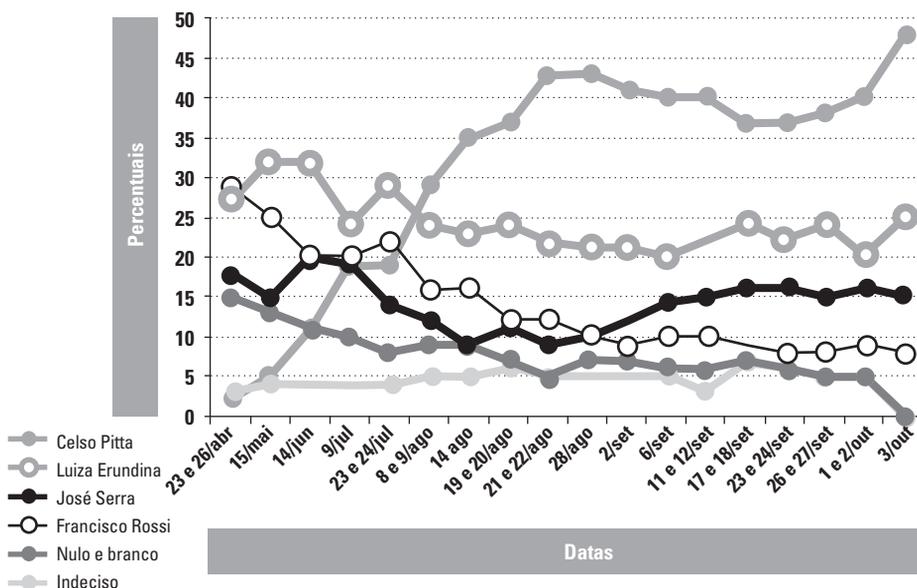
Quem acompanhou a campanha do Rio naquele ano sabe o enorme esforço de Cesar Maia em mostrar que Conde era o seu candidato. O então prefeito sabia exatamente do que se tratava: quando o eleitorado soubesse que Conde era seu candidato e que daria continuidade ao que vinha sendo feito, então o ex-secretário de Habitação cresceria nas pesquisas. Marketing simples: associação exaustiva entre o prefeito bem avaliado e o seu candidato. Na campanha Conde não foi somente a criatura do criador Cesar Maia. Em grande medida ele tentou mostrar vô próprio ao apresentar várias propostas que iam além dos dois principais programas de obras de Cesar Maia, o “Rio Cidade” e o “Favela Bairro”. Uma das propostas mais debatidas foi a adoção de trens sobre elevados que ligariam toda a cidade. Era o VLT, veículo leve sobre trilhos. A computação gráfica se tornou a estrela do programa, revelando para o eleitorado os planos de um arquiteto e urbanista que sempre se preocupou com o Rio.

Conde também tentou, com sucesso, talhar a imagem de alguém mais preocupado com o social do que Cesar Maia. A propósito, uma demanda antiga do eleitorado carioca ainda não satisfeita pelos políticos locais é a aparição de um “Cesar Maia do social”. A combinação de um bom administrador, de um bom gestor, com preocupações sociais muito visíveis. Tudo isso combinado ao menos na imagem. Conde tentou caminhar nessa direção ao enfatizar o programa “Favela Bairro”. Portanto, combinou um pouco de político com personalidade própria com muito de político que daria continuidade às realizações de Cesar Maia. Ele venceu, como vencem na maioria das vezes aqueles que são candidatos de governos com elevado índice de aprovação.

São Paulo e Rio viveram um fenômeno idêntico em tudo. Celso Pitta era um ilustre desconhecido em abril do ano eleitoral. Ele estava atrás dos outros três candidatos e da proporção dos que se declaravam indecisos ou que votariam branco e nulo.

Gráfico 3

**Maluf com 52% de “ótimo” e “bom” em julho
elege Pitta seu sucessor**



A partir daí Pitta cresceu, ultrapassou todos os candidatos, e só parou de conquistar mais votos no final de agosto. Daí em diante ele não perderia mais a liderança. A candidata Luiza Erundina foi o Sérgio Cabral de São Paulo (vale também o vice-versa). Ela foi ultrapassada por Pitta, mas não perdeu votos. Erundina começou a disputa com pouco mais de 25% das intenções de voto e na última pesquisa tinha 25% dos votos. Mais uma vez, o candidato apoiado pelo prefeito bem avaliado tirou votos dos demais candidatos, de nulos, brancos e indecisos. O bordão de campanha da dupla Maluf-Pitta foi idêntico ao de Cesar Maia e Conde: em time que está ganhando não se mexe. “Se você acha que a prefeitura está indo bem, vote no candidato do prefeito.” Como a maioria das campanhas de sucesso, ela foi um “samba de uma nota só”, bateu-se exaustivamente na mesma tecla.

Veja agora o que há de comum entre as duas eleições:

1. o governo é bem avaliado e seu ocupante não pode disputar a reeleição, ele indica um candidato e se empenha muito em sua campanha. Trata-se de uma eleição governista, semelhante às eleições presidenciais de 1994, 1998 e 2006;
2. o candidato do governo inicia a corrida em último lugar, com praticamente 0% de intenção de voto;
3. ele sobe, ultrapassa todos os adversários e pára de crescer no final de agosto;
4. não perde mais a liderança até a eleição;
5. o antigo líder não perde votos, mas fica em segundo lugar;
6. o candidato do governo tira votos dos demais candidatos, assim como dos eleitores indecisos e daqueles que pretendiam anular ou votar em branco;
7. o candidato governista ocupa um espaço anteriormente vazio. Até ele se colocar como candidato só havia candidatos de oposição.

Quem não conhece outras eleições que não seguiram um padrão semelhante a este? Há várias semelhanças com a primeira eleição de Fernando Henrique. Naquele ano, no momento em que o governo pôs seu candidato no jogo e disse que o apoiava (novamente, a campanha de uma nota só, como o samba), ele cresceu e ultrapassou Lula. Uma diferença importante é que Lula perdeu votos. Isso aconteceu por conta de um fato raro às vésperas de uma eleição: a abrupta queda da inflação transformou num passe de mágica a eleição de oposicionista para governista. Com a inflação alta o contexto era de oposição, Lula venceria. Com a queda fulminante da inflação, a população, com mais dinheiro no bolso, perdeu parte importante dos motivos que a jogavam no colo do ex-metalúrgico.

Washington Reis, na Duque de Caxias de 2004, era o candidato de oposição a um governante muito bem avaliado. Ele começou e terminou a corrida com a mesma proporção de votos. Não foi ultrapassado pelo candidato governista, Laury Villar, porque tinha uma base muito sólida em função de seus centros sociais e porque fez uma campanha governista. As pesquisas detectaram que o candidato que desse continuidade a tudo o que Zito tinha realizado seria o franco favorito. WR disputou com Laury Villar que era o mais preparado para dar

continuidade ao legado de Zito. Erundina não fez isso contra Pitta, não havia condições de fazê-lo. Sérgio Cabral não fez isso contra Conde, também não havia como utilizar essa estratégia. Moral da história: o que ocorreu com WR é um ponto fora da curva.

Qual a lição mais importante da primeira regra? É a de que o marketing político é menos importante do que parece. Em seu lugar, o que assume importância crucial é a estratégia de campanha. A eleição presidencial de 2002 era uma eleição oposicionista. O governo estava muito mal avaliado e, naquele cenário, o candidato de oposição era favorito, independentemente do que ele falasse na campanha eleitoral. As eleições de 1996 no Rio e em São Paulo eram eleições governistas, as administrações locais estavam muito bem avaliadas e, considerando isso, seria muito improvável que um candidato de oposição vencesse, por melhor que fosse seu marketing e por mais rica que fosse sua campanha.

Quando a soma de “ótimo” e de “bom” de um governo fica acima de 45%-50%, o cenário é de eleição governista e o favorito é sempre o candidato do governo. Quando a soma de “ótimo” e “bom” fica abaixo de 40%, a situação é favorável à oposição, como aconteceu em mais de quarenta eleições já analisadas. Quanto mais abaixo de 40%, pior é a situação do governo. Existem casos em que ela é tão ruim que o governo não tem condições sequer de lançar candidato. Há indefinição quando a soma de “ótimo” e “bom” fica entre 40% e 45%. É nessa situação que acertos e erros de campanha têm mais efeito no resultado da eleição.

A avaliação do governo condiciona a estratégia de campanha de todos os candidatos. Uma avaliação muito positiva torna o candidato governista favorito e dá a ele chance de se descolar um pouco do governo, criticando aquilo que a população considera ser o principal ponto fraco do governo. Por outro lado, nessa situação o candidato da oposição terá poucas chances de vitória. Ele terá de escolher entre fazer uma campanha claramente oposicionista, plantando para eleições futuras, principalmente se o governo passar a ser mal avaliado, quando ele teria a imagem clara de oposicionista. Foi isso que ocorreu com Lula depois de disputar em 1998 uma eleição na qual tinha pouquíssimas chances. Em 2002, qualquer eleitor que perguntasse “quem é o candidato de oposição a FHC

e ao PSDB”? teria a resposta imediata: Lula. Ele plantou em uma eleição que não tinha chances, colheu a imagem de opositorista e venceu a eleição seguinte na qual o governo estava muito mal avaliado.

A outra possibilidade para um opositorista ao disputar uma eleição governista é adotar uma estratégia de disputa do legado político do governo, tal como fez WR. Como disse, as condições para esta estratégia são raras, suas chances de sucesso são pequenas e, adicionalmente, o candidato de oposição ficará com a imagem de opositorista mais fraca, mais diluída, o que pode vir a ter efeitos negativos em eleições posteriores. Essa estratégia só é melhor do que a anterior se houver chances reais de vitória, para isso o candidato de oposição precisa ter muita musculatura: precisa de um *recall* muito superior ao dos demais candidatos, de um eleitorado muito fiel (o candidato tem de ter uma identidade clara), e de uma rejeição muito pequena.

Quando um governo é muito mal avaliado as chances de vitória vão facilmente parar no colo da oposição. O candidato do governo, nesse caso, não poderá sair do governo nem ter a cara do governo. Em 2002, Serra tinha sido ministro de FHC. Por mais que ele tentasse se afastar do governo, não havia como. Todo o eleitorado o reconhecia como candidato do governo. Já Roseana não. Ela pertencia ao partido que era unha e carne do PSDB, mas o eleitorado pouco ou nada sabia sobre isto. Era governadora do Maranhão e não ministra de Estado em Brasília. Ela podia ser do governo sem ser do governo. Ser na política, mas não ser na imagem. Na Baixada Fluminense, em 2004, mais especificamente em São João de Meriti, aconteceu um fenômeno idêntico. Um prefeito muito mal avaliado do PMDB teve como sucessor Uzias Mocotó, também do PMDB. Qual foi o truque que permitiu esta vitória surpreendente? O candidato nada tinha a ver com o governo. Qualquer pesquisa mostrava isto. Ele teve que contar com um grande erro da oposição que não se esforçou para mostrar que os dois estavam ligados, isto é, o candidato do PMDB e o governo local do PMDB.

Quando o governo é muito mal avaliado a oposição terá duas estratégias básicas, diferentes apenas em grau. Fazer mais oposição ou fazer uma oposição moderada. A estratégia de oposição moderada serve para os candidatos que já têm

uma imagem muito bem sedimentada, muito consolidada, de opositorista. Lula, em 2002, fez isto. Não havia nenhuma dúvida de que ele era o mais opositorista dos candidatos de oposição, assim, ele poderia (e deveria) escrever uma Carta aos Brasileiros, defender o câmbio flutuante, o superávit primário, enfim, moderar-se bastante. Garotinho, ao contrário, não tinha uma imagem consolidada de opositorista. Por isso, fez aquela campanha tentando se diferenciar ao máximo e jogando o seu discurso para o extremo da oposição. Se um estrangeiro desembarcasse no Brasil naquela campanha, e não soubesse nada da história política recente do nosso país, pensaria que Garotinho era o verdadeiro opositorista enquanto Lula fazia uma oposição de centro, uma oposição moderada.

Fazer mais ou menos oposição, defender mais ou menos o governo, tudo isso tem a ver com ter do seu lado um eleitorado fiel, ser ou não um candidato com identidade clara.

Segunda regra: candidato que tem identidade não tem pés de barro

O que é um candidato com identidade? É aquele que tem uma imagem clara diante do eleitorado. Ou ele é assumidamente de governo ou é de oposição. Ou é claramente um bom administrador ou é alguém que cuida do social. A pior coisa que pode acontecer para um candidato é a falta de clareza na imagem.

Então, a pergunta: por que Ciro e Roseana foram abatidos por fatos e declarações políticas, ao passo que isso não aconteceu com Fernando Henrique nem no episódio das antenas parabólicas nem no “todo aposentado é vagabundo”?

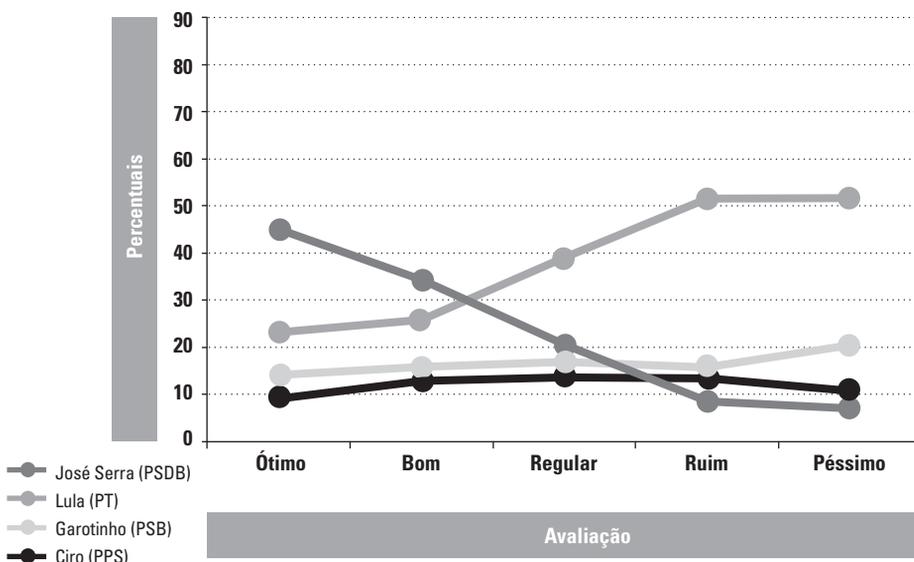
Uma das respostas diz respeito à base eleitoral dos candidatos. Antes, porém, de partir para essa explicação, convém chamar a atenção para o fato de que Roseana foi abatida por fotos de dinheiro de origem não-explicada. Houve no episódio Lunus quebra de confiança. No caso de Ciro Gomes aconteceu o mesmo, mas foi resultado do somatório de pequenos fatos e declarações oriundas do próprio candidato. Os dois não sofreram um ataque qualquer, mas um ataque poderoso. Bem mais forte do que a declaração infeliz de um

A cabeça do eleitor

presidente, no caso dos aposentados, ou uma indiscrição de um ministro de Estado tornada pública.

Gráfico 4

A identidade dos candidatos no eleitorado visualizada em gráfico – eleição presidencial de 2002



Observando o gráfico 4, é razoavelmente fácil responder à pergunta: quem é o candidato de oposição? À medida que piora a avaliação do governo FHC melhora a votação de Lula. Dentre os que avaliaram FHC como “ótimo”, somente 23% dos eleitores ficavam com Lula. Já dentre os eleitores que consideravam o governo de Fernando Henrique péssimo, nada menos do que 51% declaravam voto em Lula. Tão fácil como responder à pergunta sobre o candidato de oposição, é responder sobre quem foi naquele pleito o candidato governista. Serra tem muito mais votos dentre os que avaliavam positivamente o governo do que entre os eleitores que consideravam FHC ruim ou péssimo.

O gráfico 4 mostra que para os que estavam contra o governo, o primeiro nome que vinha à cabeça era o de Lula. Ele era o dono desse pedaço de terra, ele o tinha ocupado. O mesmo vale para Serra quanto à posse do terreno governista. Para se chegar a essa conclusão, é preciso apenas avaliar o desempenho do candidato nas diferentes avaliações do governo. O Lula, comparado com o Lula entre o “péssimo” e o “ótimo”, varia muito. O Serra, comparado com o Serra entre o “péssimo” e o “ótimo”, também varia muito. Isso não aconteceu nem com Ciro nem com Garotinho. Pode-se afirmar que mesmo Garotinho teve mais identidade de candidato de oposição do que Ciro. A votação do ex-governador do Rio de Janeiro cresce de 14% para 20% quando se sai do “ótimo” e vai para o “péssimo”. Garotinho tinha cara: cara de oposição.

A grande dificuldade que Ciro Gomes encontrou para se manter firme em 2002 foi o fato de – mesmo no período em que ocupou o segundo lugar nas pesquisas – não ter os pés firmemente fincados em nenhum terreno do eleitorado, nem governista, nem oposicionista. O mesmo ocorreu com Roseana. Resultado: quando foram atacados o eleitorado oposicionista que os acompanhava tinha para onde ir: Lula. E o eleitorado governista, idem: Serra. Candidatos com menos identidade são mais vulneráveis aos ataques, quaisquer que sejam eles.

Quando se diz “identidade”, não estou me referindo apenas à dicotomia governo versus oposição. É comum que o eleitorado reconheça dois perfis típicos de candidatos: o técnico e bom gestor versus aquele que cuida do social. Quanto mais exacerbada for uma das duas características positivas em relação às demais características pessoais do candidato, melhor para ele. Exemplo: qual o principal motivo para se votar em Cesar Maia? Resposta: ele é um bom administrador. E depois disso, o que vem? Não importa. Ele é tão claramente reconhecido como um bom administrador que esse motivo serve de plataforma para qualquer outra razão que venha a ser adicionada ao seu perfil. O mesmo vale para José Serra.

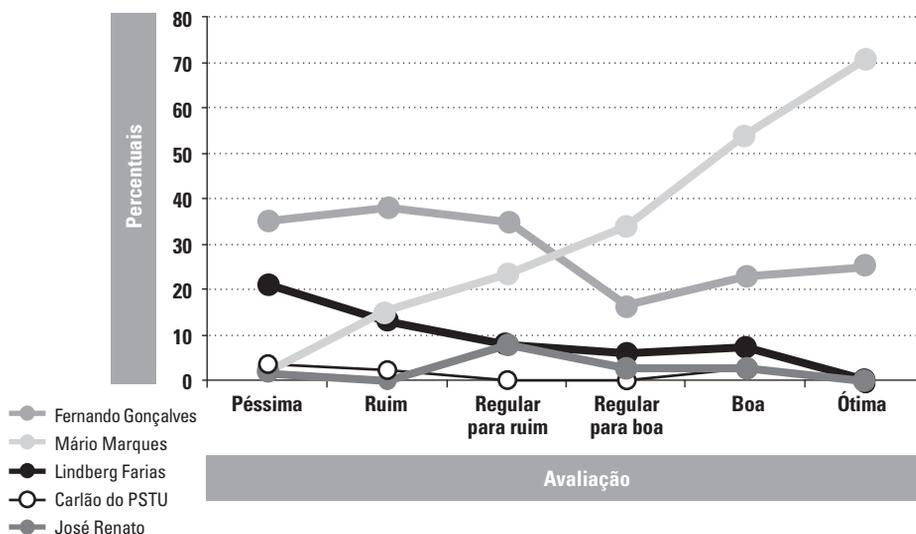
No município de Nova Iguaçu, no Rio de Janeiro, Lindberg Farias – líder do movimento dos “cara-pintadas” – foi eleito prefeito, em 2004. Mais uma vez a identidade foi fundamental. Em julho, Lindberg ocupava a terceira posição na corrida, com 10% dos votos. Em primeiro estava o prefeito que disputava a ree-

A cabeça do eleitor

leição, Mário Marques – com 32% dos votos –, apoiado por Nelson Bornier, que por duas vezes governara o município. Em segundo lugar, com 30%, estava Fernando Gonçalves, um líder conhecido e reconhecido localmente, com uma longa trajetória política na região. Era Fernando Gonçalves o candidato sem identidade, ele não era nem governo nem oposição. Foi justamente ele que ficou em terceiro lugar, e nem sequer disputou o segundo turno.

Gráfico 5

Fernando Gonçalves em 2004: nem governo nem oposição



O gráfico 5 deixa evidente que a intenção de voto de Mário Marques aumentava à medida que melhorava a avaliação de seu governo. Conclusão óbvia, simples e direta: na cabeça do eleitor, Mário Marques era o candidato de governo. O mesmo vale, no sentido oposto, para Lindberg Farias: os votos dele aumentavam à proporção que piorava a avaliação do governo. Quem se opunha a Mário Marques, portanto, votava em Lindberg. Fernando Gonçalves não tinha um perfil claro. Pode-se afirmar que o seu voto variava pouco à medida

que variava a avaliação do governo: ele não era nem um candidato governista nem oposicionista. Não disputava o terreno de Mário Marques, até porque, é uma regra cujas exceções ainda estão por aparecer: quando há reeleição, o governo só tem um candidato. E também não disputava o terreno de Lindberg. A história é simples e muita gente conhece. Como Lindberg tinha construído a identidade de oposicionista, e como a grande maioria do eleitorado avaliava mal a administração local, Lindberg venceu. Simples, não? É assim que funciona a cabeça do eleitor, de forma simples, pragmática e direta.

Quando se fala em identidade, é importante pensar sobre o que leva as pessoas a gostarem de um determinado candidato. Se na resposta forem destacados dezenas de motivos, então não há um único motivo que seja realmente sólido para alicerçar o “gostar”. Porém, se na resposta for mencionado apenas um motivo que tenha um forte destaque, então eis a razão – de longe a mais importante, em alguns casos talvez a única – para se gostar daquela pessoa. O resto, inclusive os defeitos, varre-se para debaixo do tapete. Em outras palavras, Cesar Maia é tão bom administrador que é possível colocar em segundo plano o fato de ele não dar prioridade ao social. Lula funciona da maneira oposta. Ele se preocupa tanto com o social, que é possível não exigir dele que seja um grande e exímio administrador. Isso é que é identidade. Isso é que é ser dono de um determinado terreno. Isso é que é não ter pés de barro.

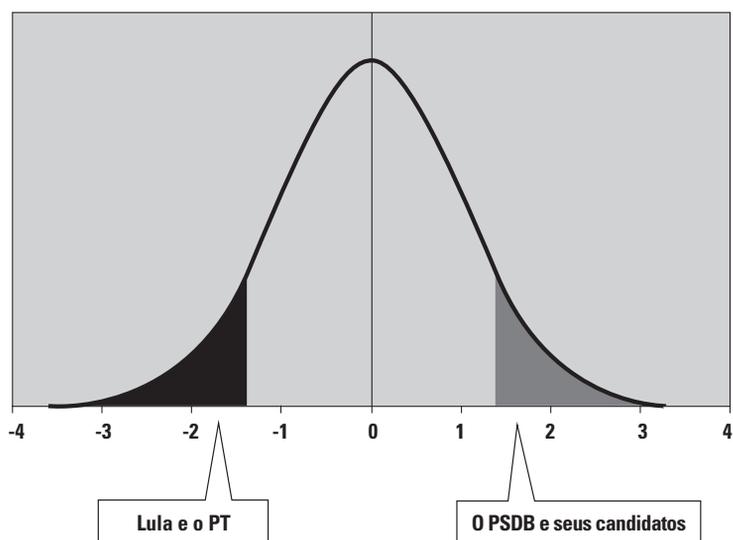
Esse forte domínio sobre um determinado terreno permite – paradoxalmente, ao menos na aparência – que o candidato se afaste um pouco de suas características mais fortes. O grande exemplo aqui é o Lula de 2002. Ele disputou, antes de vencer, três eleições. Em todas elas sempre foi oposição frontal a “tudo isto que está aí”. Defendeu o não pagamento da dívida externa, atacou o FMI, apoiou invasões de terras, greves, ocupações de prédios públicos, sempre foi o crítico mais enfático da desigualdade de renda, fez Caravanas da Cidadania, o seu partido foi contrário – na grande maioria das vezes – a fazer alianças, não apoiou Luiza Erundina quando ela aceitou um ministério no governo Itamar Franco, defendeu a tese de que o Plano Real era o Plano Cruzado dos ricos, apoiou o “fora FHC”, o programa televisivo do PT colocou ratos roendo a bandeira do Brasil em uma campanha intitulada “xô corrupção”, enfim, Lula e o PT sempre foram uma oposição

A cabeça do eleitor

intransigente, e por isso mesmo clara, ao governo federal desde o surgimento do PT até os anos de 2000 a 2002. Resultado: em 2002, “pensou oposição, pensou Lula e PT”. Lula era o único proprietário do terreno oposicionista. Isso está representado no Diagrama 1 pela área hachurada acima do quadro que indica Lula e o PT. Sendo assim, se Lula caminhasse para o centro – coisa que efetivamente foi feita em sua primeira campanha vitoriosa –, ele não perderia seus eleitores oposicionistas mais radicais. Mesmo indo para o centro (o que está indicado pela seta que aponta para a direita), como votaria o mais radical dos oposicionistas? Em Ciro, que tinha sido ministro de Itamar Franco durante a campanha em que FHC venceu a primeira vez? Em Garotinho, um candidato acusado de malversação dos recursos públicos no Estado o qual governara? De fato, por mais moderado que Lula fosse na campanha de 2002, ele era tão dono da oposição – tão dono – que muito dificilmente perderia os eleitores desse terreno.

Diagrama 1

Quando a identidade é clara, quem se afasta de seu terreno, ainda assim não o perde



O mesmo raciocínio se aplicava à posição de Serra. Ele era tão associado ao governo – tão governo – que, por mais que se afastasse de FHC, não perderia os votos daqueles eleitores chamados de governistas empedernidos. Eleitoralmente o problema de Serra foi outro: a avaliação do governo era tão ruim que a sua base governista era, ao fim e ao cabo, muito pequena.

Lula e Serra de 2002 são os exemplos típicos. Porém, esta lógica é válida para qualquer caso. Por exemplo, no Rio de Janeiro, Cesar Maia tem uma imagem fortemente consolidada de bom administrador. Preservar essa marca exige um esforço mínimo. O que ele pode fazer, sem prejuízo para essa imagem, é buscar adicionar a marca do administrador voltado para o social. Em grande medida Cesar fez isto quando deu prioridade ao programa “Favela Bairro”, um amplo projeto de investimentos sociais e de urbanização nas favelas do município, e quando decidiu fazer grandes investimentos em obras e realizações na Zona Oeste da cidade, considerada a mais carente de todas as regiões do município.

Quando o consumidor compra um produto, ele sabe o que está comprando. Está claro para ele qual a principal característica daquele produto, qual a principal vantagem em comprá-lo. O mesmo vale para os políticos. O que significa votar em Lula? Votar em alguém que dá prioridade ao social. O que significa votar em Cesar Maia? Votar em um bom administrador. Não que ambos não tenham outras características importantes, mas é que elas não se destacam diante de seus principais traços. É disso que se trata um político com identidade, alguém que tem pés firmemente fincados no terreno eleitoral.

Terceira regra: em eleição, quem é mais lembrado larga na frente em uma corrida curta. Portanto, às vezes é preciso disputar várias eleições antes de se tornar o favorito

No atletismo, em qualquer competição de corrida, a linha de largada é idêntica para todos os concorrentes. As eleições brasileiras não são assim. Se a eleição for

uma corrida de 100 metros rasos, haverá sempre os candidatos que vão largar atrás, que terão de correr o trajeto de 100 metros completo, mas há outros candidatos que irão largar 20 ou 30 metros na frente. Trata-se de uma vantagem formidável. Essa vantagem se deve ao que os publicitários denominam *recall*, lembrança em português.

A melhor comparação que se pode fazer para explicar o caso brasileiro é com os Estados Unidos. No início dos anos de eleições presidenciais, Democratas e Republicanos escolhem seus candidatos por meio de prévias. Uma das mais importantes funções das prévias é divulgar para todo o país o nome do candidato escolhido. A convenção partidária consagra o nome escolhido nas prévias. Os dois partidos nunca escolhem as mesmas datas para a realização da convenção. Como consequência, quando são feitas pesquisas logo após a convenção dos Democratas, o seu candidato é quem lidera as intenções de voto de todos os institutos. O mesmo vale para os Republicanos. Resultado: após a realização das duas convenções os dois candidatos são igualmente lembrados por todo o eleitorado norte-americano. Na corrida de 100 metros rasos, eles partem da mesma linha de largada. Isso está bastante de acordo com a tradição igualitária norte-americana.

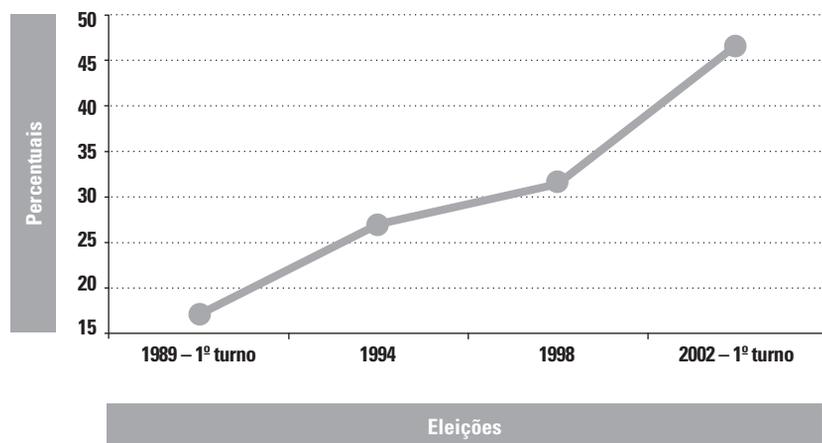
No Brasil, a banda toca de outra maneira. A cada eleição que um político disputa ele acumula a musculatura da lembrança. Foi assim na primeira eleição presidencial depois da ditadura militar: Lula e Brizola disputaram voto a voto o direito de ir para o segundo turno. Nunca mais isso aconteceria com Lula. Em função dessa disputa, nas eleições seguintes o candidato do PT era sempre um dos concorrentes mais fortes.

Talvez muitos achem que Lula não veio acumulando, a cada eleição, um pouco mais de lembrança (*recall*). Uma evidência indireta desse fenômeno foi sua crescente votação para presidente nas eleições que disputou até ser eleito. No primeiro turno de 1989, o petista ficou com aproximadamente 17% dos votos. Ele aumentou em 1998 para mais de 25% dos votos. Quatro anos mais tarde Lula conseguiria pouco mais de 30% para alcançar mais de 45% na eleição em que derrotaria o PSDB. Muitos fatores influenciam a votação de um candidato

a cargo majoritário. A lembrança certamente é um deles. A cada eleição que disputou, Lula foi acumulando musculatura, e, exatamente por isso, mesmo sem ter ocupado um cargo executivo, chegou em 2002 suficientemente forte para disputar aquele pleito com chances de vitória.

Gráfico 6

Votação de Lula para presidente, a força do *recall*



São muitos os exemplos. Ciro Gomes disputou as eleições presidenciais de 1998 ficando com aproximadamente 10% dos votos válidos. Na eleição seguinte, ele chegou a ocupar o segundo lugar na corrida em meado do ano. Em grande medida isto tinha sido resultado da massa muscular que Ciro acumulara quatro anos antes. Em pleno ano de 2008, Ciro já aparece como um forte concorrente para as eleições de 2010, mesmo não tendo concorrido para o cargo no pleito em que Lula foi reeleito.

Em 2006, Geraldo Alckmin foi o escolhido pelo PSDB para enfrentar Lula. As pesquisas daquele ano e do anterior quando confrontavam Alckmin e Serra mostravam que o segundo tinha mais votos do que o primeiro. Por quê? Por causa do *recall* acumulado por Serra em função da eleição de 2002.