

GT2 – Comportamento político

INFLUÊNCIA DAS ÁREAS DE GESTÃO PARA SATISFAÇÃO COM A
ADMINISTRAÇÃO E INTENÇÃO DE VOTO - Análise comparativa nas
campanhas de reeleição de prefeitos de nove capitais brasileiras nas eleições
de 2008

Daniela Silva Neves (UFPR)

danineves@ig.com.br

RESUMO

Este paper analisa como a satisfação com a gestão municipal influenciou na decisão do voto em nove capitais brasileiras, nas eleições de 2008. Tal análise foi feita a partir de bancos de dados de pesquisas de satisfação de gestão e intenção de voto realizadas em 2008 em nove capitais brasileiras, pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). Destas capitais, em oito os prefeitos foram reeleitos - Porto Alegre, Florianópolis, Curitiba, São Paulo, Salvador, Goiânia, Maceió e Fortaleza – e em uma o prefeito foi derrotado: Manaus. Com isso pretende-se analisar o peso da satisfação com a administração municipal na definição do voto, tentando entender de que forma os serviços públicos oferecidos por ela são levados em consideração pelo eleitor; também pretende-se apontar indícios que contribuam para a discussão sobre a satisfação com a gestão na definição do voto.

Apresentação

Entre 2000 e 2008, nas três disputas nas quais houve possibilidade de reeleição dos prefeitos no Brasil, 77% dos titulares dos executivos em cidades brasileiras com mais de 200 mil eleitores poderiam concorrer por um novo mandato, sendo que 84% deles procuraram se reeleger. O índice de sucesso desses prefeitos é de 72,5%, tendo atingido, em 2008, 89%. As condições de reeleição para os prefeitos dessas maiores cidades mostraram-se muito favoráveis, mesmo na disputa com importantes figuras da política local. “(...) ele – o chefe do executivo candidato à reeleição -- derrota um ex-prefeito em 70,5% dos casos em que há este tipo de confronto e vence em 74% das vezes em que encontra candidatos que nunca haviam exercido o cargo. Enfim, o prefeito consegue se reeleger em mais de 70% dos casos, independentemente do oponente. (BARRETO, 2009).

Em 2008, durante processo eleitoral que é objeto deste artigo, foram reeleitos em todo o país 67% dos prefeitos que se recandidataram – considerando todos os municípios brasileiros e não somente os com mais de 200 mil eleitores -- e o mesmo ocorreu em 19 das 20 capitais nas quais os prefeitos se candidataram para a reeleição (LAVAREDA, 2009). Um aumento se comparado com as eleições anteriores – 2000 e 2004 – quando tal índice foi de aproximadamente 58%. Se consideradas apenas as capitais, houve 70% de reeleição em 2000, 73% em 2004 e 95% em 2008.

Nas eleições estudadas, de 2008, vinte prefeitos de capitais dentre os 27 estados de todo o país se candidatam à reeleição ao cargo: 13 saíram vitoriosos ainda no primeiro turno da disputa, após conseguirem no mínimo 50% dos votos mais um; sete conseguiram se reeleger no segundo turno e apenas um não obteve sucesso no pleito. Nem todos os prefeitos contavam com índices ótimos de avaliação da gestão municipal.

Escolha do voto

Um modelo de eleitor ideal seria formado por aquele que escolhe diante de alternativas apresentadas e que podem ser comparadas. Um eleitor autointeressado, que busca informações a respeito do candidato a fim de compará-los e assim tomar sua decisão. Porém, diversos autores entendem que

o eleitor escolhe baseado em informação fragmentada, como aquele caracterizado por Popkin em sua “Teoria da racionalidade de baixa informação”. Para Popkin (1991), o eleitor utiliza atalhos para simplificar suas escolhas. Valida suas opiniões em conversações com outras pessoas nas quais acredita. Decide seu voto diante das alternativas apresentadas de candidato, levando em consideração suas expectativas sobre o futuro e o tipo de programa de governo que acredita ser o mais relevante para ele para os próximos anos. Para isso, analisa como o atual governo se saiu e, se for de maneira satisfatória para ele, tende a votar com a situação. Se, ao contrário, não se sentiu satisfeito com a gestão como um todo, tende a votar na oposição.

O foco dos eleitores não está apenas nas suas próprias preocupações e preferências, mas nas das outras pessoas. A campanha transforma o “O que você tem feito por mim ultimamente?” por “O que você tem feito por nós ultimamente?” É essa transformação que pode determinar quando um tema é central na decisão do voto. O que faz um tema central é a motivação do eleitor para reunir informações sobre ele. Segundo Popkin (1991), o voto é resultado da associação entre a informação pessoal, problemas pessoais e experiências pessoais com o governo, além de suas avaliações e escolhas. A decisão, assim, depende de diversas variáveis: o que o eleitor acredita que o governo pode fazer, o que sabe sobre o que as outras pessoas querem do governo, além das informações que obtém nos meios de comunicação e nas campanhas políticas. Trazem para essa conta suas expectativas sobre o futuro e o tipo de programa de governo que acreditam ser o mais relevante para eles para os próximos anos.

Os eleitores, porém, fazem distinção entre problemas de governo e seus problemas pessoais. Quando pensam sobre o governo, trazem apenas seus problemas pessoais que acreditam fazer parte da agenda política, os problemas de governo que podem ser resolvidos por quem eles escolherem para depositar o voto. “O voto é mais do que a expressão direta do voto de um grupo social, ou problemas pessoais. Eleitores somam condições pessoais e separam seus próprios problemas dos problemas do governo.” (POPKIN, 1991, p. 34). Consideram não somente temas econômicos, mas relacionados à família, residência e temas de consumo. Pensam não apenas em suas necessidades

imediatas, mas também na opção mais segura, avaliando seus problemas futuros, levando em consideração não apenas benesses privadas, mas também bens coletivos. Pensam não apenas no futuro imediato, mas também em longo prazo.

A campanha política emerge como uma instância organizadora de informações, fornecendo ao eleitor dados sobre os candidatos e adversários, permitindo a construção da imagem, agenda e propostas políticas. “A função da campanha eleitoral consiste em promover a articulação do conhecimento adquirido pelo eleitor sobre a política e o governo, orientando a decisão do voto.” (TELLES, 2009, p.144).

Durante a campanha, os eleitores podem distinguir seus problemas individuais daqueles que são provocados pelo governo. Podem observar as diferentes esferas de poder e responsabilizar os distintos níveis de governo pelas dificuldades que enfrentam. Podem separar a situação atual das perspectivas sobre o futuro. Por isso, o caminho percorrido até o voto é complexo (TELLES, 2009).

Normativamente, os eleitores deveriam ter um extensivo estoque de conhecimento obtido por meio de pesquisa detalhada que considera a respeito de todos os candidatos, em todos os seus atributos. “Com certeza, a maior parte dos cidadãos, na verdade, não faz isto. E essa falha é geralmente considerada um impedimento para a boa cidadania.” (REDLAWSK, 2004).

Esse processamento limitado de informações mostra que os eleitores não podem ser considerados máquinas calculadoras puramente racionais. “Votantes podem ser capazes de tomar boas decisões mesmo sem aprender tudo que há sobre os candidatos. Algumas vezes as decisões podem ser boas o suficiente” (REDLAWSK, 2004, p. 1). Para compensar a falta de conhecimento, o eleitor adota uma estratégia de usar atalhos. Ele tenta tomar boas decisões usando o mínimo necessário para superar o limite cognitivo.

Quando as alternativas são poucas e o número de atributos a serem analisados é limitado, a decisão é mais simples. Agora, quando as alternativas são muitas, quando as informações são diversas - e geralmente aparecem de maneira caótica -, a decisão é considerada mais importante e aí pode ser falha em função dos seus limites cognitivos (REDLAWSK, 2004).

A decisão que utiliza da satisfação pode ser considerada uma regra compensatória, nos moldes de Redlawsk (2004). Pois se o eleitor não tem todas as informações que precisa para a tomada de decisão, utiliza o que conhece para comparar. Ou seja, se está satisfeito com a atual gestão, é um atributo que leva em consideração na comparação com os demais candidatos. Se não se sente satisfeito, também leva sua falta de aprovação na análise dos candidatos. Ou seja, se o mundo atual não está bom, qual dos candidatos pode me apresentar uma alternativa melhor de futuro. Da mesma forma, se o mundo atual está bom, qual dos candidatos pode ajudar a manter tal situação.

Para Downs (1999) o voto retrospectivo – aquele no qual o eleitor decide de acordo com a percepção do desempenho do atual governante na economia – está intimamente ligado ao voto prospectivo – os eleitores projetam expectativas sobre as ações de um determinado partido se ele vier a vencer. Ou seja, o eleitor imagina, a partir da plataforma do candidato da situação, o futuro levando em consideração as ações realizadas no atual governo. O eleitor busca maximizar seu bem-estar futuro.

O que separa essa teoria maximizante da satisfacionista é que para V O Key e os economicistas em geral, o eleitor escolhe, dentre as alternativas disponíveis, a que garanta minimamente a satisfação de seus interesses (KEY, 1996, apud FIGUEIREDO, 1991).

Pela teoria satisfacionista, o eleitor age como um juiz, decidindo se o governante deve ou não continuar no governo. Se o desempenho do governante for satisfatório de acordo com alguns padrões simples, o eleitor vota para mantê-lo e se for considerado não-satisfatório, a oposição ganha espaço (CAMARGOS, 2003).

V. O. Key na obra *The responsible electorate* (KEY, 1996, appud CAMARGOS, 2003), diz que, mesmo desinformados e pouco preocupados com a política, os eleitores votam de acordo com seu grau de informação e de conhecimento sobre determinados partidos políticos. Para Key, o eleitorado é movido por preocupações sobre questões centrais e pertinentes de políticas públicas, desempenho governamental e personalidade executiva. Se a economia vai bem, os governantes são recompensados, ganhando mais votos;

se vai mal, a oposição é favorecida. Assim, para Key, a decisão do voto é retrospectiva porque o julgamento da administração é feito através de eventos passados, performances passadas e ações passadas (FIORINA, 1981).

Para Morris Fiorina, no livro *Retrospective Voting in American National Elections* (1981), o sistema recompensa-punição não explica completamente o comportamento eleitoral porque deixa de fora a identificação partidária prévia e as expectativas em relação a determinados assuntos. Por isso fez a ligação entre as expectativas dos eleitores com o futuro e sua decisão de voto. De acordo com Fiorina, para Downs o conhecimento do passado é importante para a sua expectativa em relação ao futuro. “Eles exploram as ações futuras pelas ações passadas e calculam as consequências dessas ações”¹ (FIORINA, 1981, p. 196). Mas Fiorina entende que a avaliação retrospectiva tem impacto direto na formação das expectativas em relação ao futuro e sobre a preferência partidária e, por isso, sobre a decisão do voto. “Expectativas futuras são tão importante empiricamente porque elas são o final da cadeia, a destilação de inúmeras avaliações e experiências de um eleitor do passado”² (FIORINA, 1981, p. 197).

Assim, Fiorina sugere que tanto a avaliação de Key quanto a de Downs devem ser consideradas, porém é importante incorporar outras questões. Boas performances passadas, assim como expectativas futuras favoráveis são questões relevantes na decisão do voto, mas ainda há a presença de um oponente que pode ter sucesso ao se apresentar como aquele mais favorável para as expectativas futuras.

Diante das opções de voto, o eleitor tende a simplificar o espectro político, dividindo dicotomicamente entre propostas satisfatórias e não satisfatórias. “O comportamento humano, para essa teoria, é “satisfacionista”, avalia apenas o custo e benefício da ação. O que importa para o indivíduo é a eficácia da política em produzir os benefícios esperados.” (RADMANN, 2001, p. 32). Assim, o sucesso eleitoral dos candidatos do governo depende do desempenho do mandato. Se “vai mal”, a oposição tende a ganhar espaço.

¹ Tradução livre feito pela autora de acordo com texto do livro em inglês.

O voto retrospectivo é fruto da percepção da evolução das políticas realizadas pelo partido, ou pelo candidato, durante o tempo em que exerceu o mandato representativo (TELLES, 2009). Para obter o voto do eleitor que raciocina retrospectivamente, a campanha investe na divulgação das políticas públicas e projetos executados, na história do partido e do candidato. Já a campanha que utiliza o voto prospectivo dará ênfase nas propostas projetadas para o futuro. “Caberá ao eleitor selecionar aquela proposta que lhe pareça ser a melhor. Assim, o principal elemento de uma campanha é a apresentação das vantagens que o eleitor poderá obter em caso do ganhador adotar um determinado programa.” (TELLES, 2009, p. 149).

No debate eleitoral, duas vertentes moldam os argumentos dos candidatos: “o mundo atual está ruim, mas ficará bom” ou “o mundo atual está bom e ficará ainda melhor” (FIGUEIREDO, 2000, p. 152). A primeira vertente é típica de oposição e a segunda típica de situação. É a construção do mundo possível, seja passado, ou futuro. Nesse processo de persuasão de uma campanha, os candidatos transitam por esses mundos possíveis, atuais e futuros. Essa é a retórica do argumento dos candidatos, desenhando o mundo presente e futuro conforme a sua lógica e tentando persuadir o eleitor com o discurso de que somente ele é capaz de garantir o mundo futuro desejado pelo eleitor.

Os temas centrais de campanha definem o discurso. Se em uma eleição houver um tema dominante, o candidato que dominá-lo terá maiores chances eleitorais (FIGUEIREDO, 2000).

Figueiredo (2008) observa que a aplicação da teoria do comportamento racional do voto está sujeita a restrição. Para que seja aplicada, é preciso que o eleitor se veja diante de alternativas realizáveis e comparáveis entre si. Caso contrário, deixa de ser um problema de racionalidade porque com apenas uma alternativa, o eleitor não tem o que decidir. Também não se aplica em casos de “falsa oportunidade” de escolha. Nos chamados “currais eleitorais”, o eleitor está diante de uma dessas falsas oportunidades, pois os benefícios ou retaliações que estão sujeitos não dependem de suas opções, mas da chance de vitória do candidato. “Se o candidato ganhar, tudo bem; se ele perder, de nada adianta dizer que votou nele. Nesse caso a única opção é votar, independentemente

das vontades individuais” (FIGUEIREDO, 2008, p. 135). Com isso, fica eliminada a possibilidade de argumento racional.

A teoria satisfacionista nas eleições de 2008

As eleições majoritárias em dois turnos geram uma competição eleitoral própria, com maior importância para a montagem de uma coalizão de partidos em torno de uma candidatura majoritária. Como argumenta André Marenco (2009), não se deve negligenciar as diferenças na competição eleitoral em dois turnos. Nessa competição, o tamanho dos partidos e coalizões eleitorais são fatores importantes na competição durante o primeiro turno, enquanto a avaliação positiva do desempenho governamental pode ser a variável explicativa relevante para o resultado final da competição. “Sob condições de fragmentação eleitoral e elevado número de candidaturas (...), o desafio posto em um primeiro turno consiste em obter a classificação para a disputa final entre os dois candidatos mais votados. Uma condição que favorece a conquista desse objetivo reside na força eleitoral dos partidos que compõe a coalizão de cada candidato” (MARENCO, 2009, p. 69).

O voto majoritário, de acordo com o autor, é o resultado de uma série de fatores, como imagem do candidato, avaliação do desempenho governamental, maior ou menor rejeição. Em 2008, nas eleições majoritárias para Porto Alegre (RS), o governo de José Fogaça à frente da prefeitura de Porto Alegre, era considerado ótimo/bom por 25% dos entrevistados pelo Instituto Vox Populi, em março. Enquanto que aqueles que julgavam a administração ruim/péssima somavam 32%. No final do primeiro turno (27 de setembro), pesquisa Ibope apontou 46% de avaliação positiva para Fogaça, enquanto a avaliação negativa diminuiu para 20%. “Fogaça incidiu sobre a avaliação positiva de seu próprio governo, melhorando o julgamento feito pelos eleitores, ainda que até o final o eleitor mediano de Porto Alegre continuasse atribuindo-lhe o conceito “regular” (MARENCO, 2009, p. 79)”. As condições que levaram Fogaça à reeleição, de acordo com Marenco foram, além de conseguir melhorar a avaliação do seu governo durante a campanha, a falta de uma competição comparativa feita pelo PT, que perdeu as eleições de 2004 em função do desgaste do partido pelos 16 anos de administração da capital gaúcha. “Em 2008 o PT abriu mão dos trunfos

de uma comparação retrospectiva, sujeitando-se aos termos e enquadramento propostos por Fogaça” (MARENCO, 2009, p. 80).

A avaliação positiva da administração é considerada fator importante na definição do voto de Florianópolis nas eleições municipais entre 1996 e 2008 (BORBA et al., 2009). “A avaliação de desempenho do governo mostrou ser um forte indicativo de voto. Eleitores que avaliam positivamente os governos tendem a votar na continuidade administrativa; já aqueles que avaliam negativamente, votam na oposição.” (BORBA et al., 2009, p. 97). Em Santa Catarina, o governador Luiz Henrique da Silveira (PMDB), apesar de ter uma avaliação positiva no estado, possuía índices relativamente baixos de popularidade em Florianópolis (em outubro de 2008, obtinha 32% de ótimo ou bom, 34% de regular e 28% de ruim e péssimo). “Talvez por isso é que teve uma participação inexpressiva na campanha de rádio e TV do candidato do seu partido, o prefeito Dario Berger” (BORBA et al., 2009, p. 98).

O principal adversário do prefeito Berger era Espiridião Amim (PP) que inicia a campanha como favorito, com 29% das intenções de voto (IBOPE), enquanto Berger aparecia com 22%. Com o início da campanha, Berger destaca suas realizações administrativas e na pesquisa de setembro já aparece à frente de Amim nas intenções de voto, com 27%, contra 22% do adversário. O prefeito termina o primeiro turno com 39,8% dos votos e Amim, segundo colocado, com 25,3% dos votos. Vence o segundo turno com 57,6%, contra 42,3% de Amim.

Fazendo um paralelo com a avaliação de governo, os autores mostram que Berger conseguiu melhorar seus índices de bom/ótimo frente à prefeitura. Inicia a campanha com 35% e percebe-se que a intenção de voto em Amim cai na mesma medida que diminui a avaliação negativa da administração municipal. Na segunda pesquisa de setembro, a avaliação positiva do governo municipal chega a 50%. “Apesar das dificuldades enfrentadas ao longo do mandato, o prefeito conseguiu realizar obras de grande impacto para a cidade (...). Tais realizações, que começaram a ser divulgadas durante o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), tiveram impacto imediato nas avaliações de governo e nas intenções de voto, fazendo com que logo no início da campanha estivesse em primeiro lugar nas pesquisas” (BORBA et al., 2009, p. 115).

Partido da seguinte pergunta: Prefeito bem avaliado é prefeito reeleito?, VEIGA, SANTOS, NEVES (2010) estudaram a reeleição de prefeitos, em 2008, nas mesmas capitais utilizadas no presente estudo. O objetivo das autoras era identificar a importância da avaliação positiva da administração municipal e da rejeição ao prefeito e ao seu principal adversário na decisão do voto. Não era objetivo explicar o voto nas capitais, mas apenas no mandatário nestas disputas.

Durante a campanha, os prefeitos tiveram mudança na percepção sobre satisfação com suas gestões:

TABELA 1 – SATISFAÇÃO DA GESTÃO DOS PREFEITOS ESTUDADOS, AO LONGO DA CAMPANHA

Cidade	% de satisfação com a administração em agosto	% de satisfação com a administração em setembro	saldo
Curitiba	77%	82%	5%
Maceió	76%	83%	7%
Goiânia	74%	73%	-1%
Porto Alegre	38%	44%	6%
Fortaleza	37%	51%	14%
Florianópolis	35%	50%	15%
São Paulo	32%	46%	14%
Salvador	20%	26%	6%
Manaus	19%	33%	+14%

Fonte: Banco de dados Ibope – 2008

A maior parte dos prefeitos candidatos tiveram a avaliação melhorada durante a campanha (à exceção de Goiânia que, com alto índice, manteve-se estável). Três dos quatro reeleitos no primeiro turno iniciaram a campanha eleitoral já com avaliação positiva acima de 70% e conseguiram manter tal patamar no decorrer da campanha. A conclusão de VEIGA, SANTOS, NEVES foi que os prefeitos que se reelegeram ainda no primeiro turno da disputa tinham ao final do primeiro turno mais de 50% de aprovação de sua gestão. Foram os

que conseguiram angariar mais de 80% de intenção de voto entre os eleitores que avaliavam bem o governo local e tinham uma taxa de rejeição inferior à de seu principal adversário, aquele com quem disputou o segundo turno. Estes políticos ainda agregaram coligações partidárias que lhes garantiram aproximadamente 60% de taxa de capilaridade (porcentagem de vereadores eleitos em 2004 pelos partidos coligados na reeleição do prefeito em 2008) e vasta vantagem no que se refere a tempo de veiculação de propaganda na televisão em comparação com os demais candidatos.

Influência das áreas de gestão para a satisfação: abrindo um debate

A intenção deste artigo é contribuir com o debate sobre a satisfação do eleitor tentando entender de que forma se dá tal satisfação. A tentativa será de analisar de que forma os serviços prestados pelo poder público municipal contribuem para a satisfação da gestão. Ou seja, podemos dizer que o eleitor está satisfeito com os serviços públicos e por isso vota no prefeito? Ou, se está insatisfeito, vota na oposição?

Como o presente trabalho utiliza a pesquisa Ibope, não é possível medir a satisfação com os serviços públicos da mesma forma que a gestão é avaliada (avalia positivamente, ou avalia negativamente). Isso porque o Ibope não perguntou aos eleitores, nas rodadas feitas nas nove capitais em 2008, diretamente, se estão satisfeitos ou insatisfeitos com os serviços prestados. As sondagens fazem o seguinte questionamento sobre os serviços públicos: ***Por favor, digam-me quais são as três áreas que mais tem preocupado o (a) Sr (a) e a sua família atualmente?***

A forma com que a pergunta é feita não permite afirmar que as três áreas indicadas são consideradas boas ou ruins para o eleitor e sim, tão somente, que elas preocupam o cidadão. Podem preocupar porque o cidadão sente falta de um serviço mais efetivo, ou porque é o serviço de maior demanda, entre outros fatores. Podemos afirmar apenas que elas são importantes para os eleitores e não que ele se sente satisfeito com os serviços prestados pela prefeitura.

Foi escolhida uma rodada de pesquisa Ibope de 2008 nas nove capitais analisadas que incluíam a pergunta: *Por favor, digam-me quais são as três áreas que mais tem preocupado o (a) Sr (a) e a sua família atualmente?* Isso

porque não são todas as rodadas que apresentam tal questionamento. Foram escolhidas as pesquisas realizadas em segunda, ou terceira rodada durante a campanha de 2008, entre a metade de agosto até a metade de setembro, dependendo do caso de cada cidade.

Os testes de frequência serão obtidos dicotomizando as respostas e criando uma variável dependente “dummy”, por exemplo, voto no candidato prefeito - voto em outro. As respostas a respeito da aprovação da gestão municipal, que tinham como alternativas ótima, boa, regular, ruim e péssima, foram divididas em dois grupos: ótima e boa como avaliação positiva e ruim e péssima como negativa. As respostas que consideravam a administração regular foram deixadas de lado, transformadas em *system-missing* no SPSS. Foram utilizadas as três respostas de maior frequência em cada cidade estudada. Assim, as respostas para saúde como primeiro lugar de importância foram separadas em “maior importância para saúde” e as demais respostas como “menor importância para saúde”.

Variáveis selecionadas

Foram separadas três perguntas específicas da pesquisa Ibope para as eleições para prefeito em 2008:

Se a eleição para Prefeito da cidade fosse hoje e os candidatos fossem estes, em quem o(a) Sr(a) votaria? (pergunta estimulada com a lista dos candidatos).

Como o Sr (a) classifica a administração do prefeito? O Sr diria que ela está sendo: ótima, boa, regular, ruim, péssima.

Esta é uma lista de áreas em que as pessoas vêm enfrentando problemas de maior ou menor gravidade. Por favor, diga-me quais são as Três áreas que mais tem preocupado o(a) Sr(a) e a sua família atualmente?

Opções de resposta (assinalar três): Calçamento de ruas e avenidas, Saúde, Educação, Praças/ Jardins/ Parques, Trânsito, Abastecimento de alimentos, Transporte coletivo, Iluminação pública, Limpeza pública, Abastecimento de água, Segurança pública, Habitação, Meio ambiente, Menor abandonado, Falta de opções de lazer, Rede de esgotos, Desemprego, Nenhuma destas, Não sabe.

À pergunta sobre as três áreas que mais preocupam o entrevistado, o banco de dados do Ibope apresentou as respostas separadas, agrupando as citadas em primeiro lugar, citadas em segundo e em terceiro lugar. A opção aqui apresentada foi estudar as três respostas indicadas com maior frequência.

A frequência de respostas para as áreas assinaladas como as três mais importantes é a seguinte:

TABELA 2 – ÁREAS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICAS APONTADAS COMO DE MAIOR PREOCUPAÇÃO (COM POSSIBILIDADE DE APONTAR TRÊS)

CIDADE	1º MAIS CITADO	%	2º MAIS CITADO	%	3º MAIS CITADO	%
			CALÇAMENTO DE			
MACEIÓ	SAÚDE	66,8	RUAS	10	EDUCAÇÃO	8,1
GOIÂNIA	SAÚDE	72,3	EDUCAÇÃO	9	TRÂNSITO	4,3
			CALÇAMENTO DE			
FORTALEZA	SAÚDE	63,6	RUAS	11,1	EDUCAÇÃO	6,1
SALVADOR	SAÚDE	66,40	EDUCAÇÃO	8	CALÇAMENTO	7,60%
			CALÇAMENTO DE			
PORTO ALEGRE	SAÚDE	72,9	RUAS	10,1	EDUCAÇÃO	7,6
SÃO PAULO	SAÚDE	71,7	EDUCAÇÃO	9,4	TRÂNSITO	6,1
FLORIANÓPOLIS	SAÚDE	62,2	EDUCAÇÃO	8,4	CALÇAMENTO	8
			CALÇAMENTO DE			
MANAUS	SAÚDE	47,7	RUAS	15,90%	EDUCAÇÃO	12,30%
CURITIBA	SEGURANÇA	67%	SAÚDE	61%	EDUCAÇÃO	30%

Fonte: autora, com dados do Ibope 2008

Com exceção de Curitiba, a primeira área citada é sempre saúde, com uma média de 65,4% das respostas. Em segundo lugar, as áreas de educação e calçamento de ruas e avenidas são apontadas como principal área da gestão pública. E em terceiro lugar, novamente educação e calçamento aparecem com maior frequência, porém em São Paulo e Goiânia os eleitores apontaram trânsito como uma das maiores preocupações na cidade. As demais áreas também são apontadas por alguns entrevistados como importantes, mas em uma porcentagem muito inferior e por isso não serão consideradas no presente trabalho.

TABELA 3 – COMPARAÇÃO DE NÚMEROS BRUTOS DE RESPOSTAS EM CADA ÁREA

CIDADE	SAÚDE		EDUCAÇÃO		CALÇAMENTO		TRÂNSITO		SEGURANÇA	
	AP	A.N	AP	A.N	AP	A.N	AP	A.N	AP	A.N
CURITIBA	281	6	130	3					311	7
FLORIANÓPOLIS	171	62	22	13	24	8				
FORTALEZA	243	62	24	5	47	11				
GOIÂNIA	290	62	37	12			20	6		
MACEIÓ	303	13	38	2	43	2				
MANAUS	77	124	39	35	39	35				
PORTO ALEGRE	201	123	19	14	31	13				
SALVADOR	70	103	7	8	15	12				

AP – avaliação positiva a gestão municipal

A.N – avaliação negativa a gestão municipal

Fonte: autora, com dados do Ibope 2008

Comparando as respostas brutas em cada uma das áreas indicadas, percebemos a forte preponderância de saúde, que foi justamente a área mais apontada em oito das nove capitais estudadas. A área da saúde, além de ser a mais indicada, é por uma quantidade de pessoas muito maior do que os demais temas. Assim é tanto por quem faz uma avaliação positiva da gestão, quanto negativa.

Mostrando a frequência de respostas de intenção de voto, agrupada com as respostas sobre a satisfação com a gestão, encontramos o seguinte resultado:

TABELA 4 – AVALIAÇÃO DA GESTÃO, INTENÇÃO DE VOTO E AS TRÊS ÁREAS CONSIDERADAS DE MAIOR IMPORTÂNCIA

capital	avaliação da gestão	voto no prefeito %	voto nos adversários %
Florianópolis			
	avaliapositivamente	63,5	36,5
	avalianegativamente	2,8	97,2
Goiânia			
	avaliapositivamente	86,6	13,4
	avalianegativamente	40	60
São Paulo			
	avaliapositivamente	29,2	70,8
	avalianegativamente	0	100
Maceió			
	avalia positivamente	94,9	5,1
	avalia negativamente	5,9	94,1
Manaus			
	avalia positivamente	40,7	59,3
	avalia negativamente	3,7	96,3
Fortaleza			
	avalia positivamente	69	31
	avalia negativamente	2,4	97,6
Salvador			
	avalia positivamente	52	48
	avalia negativamente	7	99,3
Curitiba			
	avalia positivamente	84,5	15,5
	avalia negativamente	16,7	83,3
Porto Alegre			
	avalia positivamente	70,8	29,2
	avalia negativamente	0,6	99,4

Fonte: autora, com dados do Ibope 2008

Para a próxima frequência, foram agrupadas as respostas de cada área indicada como importante, com avaliação da prefeitura e intenção de voto

TABELA 5 – ÁREAS DE GESTÃO APONTADAS, AVALIAÇÃO DA GESTÃO E INTENÇÃO DE VOTO

capital	área		voto no prefeito %	voto nos adversários%
Florianópolis				
	saúde	avalia positivamente	60,8	39,2
		avalia negativamente	3,2	96,8
	educação	avalia positivamente	50	50
		avalia negativamente	0	100
	calçamento	avalia positivamente	83,3	16,7
		avalia negativamente	0	100
Goiânia				
	saúde	avalia positivamente	85,5	14,5
		avalia negativamente	40,7	59,3
	educação	avalia positivamente	86,5	13,5
		avalia negativamente	33,3	66,7
	trânsito	avalia positivamente	90	10
		avalia negativamente	50	50
São Paulo				
	saúde	avalia positivamente	27,4	72,6
		avalia negativamente	0	100
	educação	avalia positivamente	38,5	61,5
		avalia negativamente	0	100
	trânsito	avalia positivamente	42,4	57,6
		avalia negativamente	0	100
Maceió				
			vota no prefeito	vota nos adversários

	saúde	avalia positivamente	96,6	3,4
		avalia negativamente	7,7	92,3
	calçamento	avalia positivamente	100	0
		avalia negativamente	0	100
	educação	avalia positivamente	92,1	7,9
		avalia negativamente	0	100
Manaus				
	saúde	avalia positivamente	33,8	66,2
		avalia negativamente	2,4	97,6
	calçamento	avalia positivamente	53,8	46,2
		avalia negativamente	5,7	94,3
	educação	avalia positivamente	25	75
		avalia negativamente	0	100
Fortaleza				
	saúde	avalia positivamente	67,5	32,5
		avalia negativamente	0	100
	calçamento	avalia positivamente	70,2	29,8
		avalia negativamente	9,1	90,9
	educação	avalia positivamente	62,5	37,5
		avalia negativamente	0	100
Salvador				
	saúde	avalia positivamente	55,7	44,3
		avalia negativamente	0	100
	educação	avalia positivamente	42,9	57,1
		avalia negativamente	0	100
	calçamento	avalia positivamente	60	40
		avalia negativamente	0	100
Curitiba				
	segurança	avalia positivamente	87,1	12,9
		avalia negativamente	14,3	85,7

	saúde	avalia positivamente	82,9	17,1
		avalia negativamente	0	100
	educação	avalia positivamente	86,9	13,1
		avalia negativamente	0	100
Porto Alegre				
	saúde	avalia positivamente	70,6	29,4
		avalia negativamente	0,8	99,2
	calçamento	avalia positivamente	64,5	35,5
		avalia negativamente	0	100
	educação	avalia positivamente	84,2	15,8
		avalia negativamente	0	100

Fonte: da autora, com dados do Ibope 2008.

Não é possível afirmar, pelos dados apresentados nas pesquisas Ibope analisadas que exista uma correlação entre avaliar como mais importantes as três áreas da gestão, a satisfação com a administração municipal e o voto no prefeito. Ou seja, não é possível concluir que a intenção de voto no prefeito pode aumentar, ou diminuir em função da área considerada importante para o eleitor. Mas chama a atenção como se distribuem as respostas nas tabelas 4 e 5. Há uma diferença na distribuição de respostas entre a avaliação geral da prefeitura e quando são colocadas as três áreas apontadas como importantes.

Em Florianópolis, 63,5% dos entrevistados que diziam avaliar positivamente a prefeitura tinham a intenção de votar no prefeito. Quando analisamos as respostas por área da gestão municipal indicada, percebemos que a área de saúde, em Florianópolis, atinge uma porcentagem parecida: 60,8% dos entrevistados que diziam ser saúde a área mais importante da administração – e avaliavam positivamente a gestão -- tinham a intenção de votar no prefeito. Porém, essa distribuição a favor do prefeito diminui quando a área tida como prioritária pelo eleitor é educação. A metade dos que consideravam educação a área mais importante e avaliava positivamente a administração tinha a intenção de votar no prefeito, sendo que a outra metade tinha a intenção de votar no adversário. Já quando o assunto é calçamento, a

distribuição entre os satisfeitos com a gestão é ainda mais favorável ao candidato à reeleição: 83,3% dos que consideravam o calçamento a área mais importante e que avaliavam bem a prefeitura tinham a intenção de votar no prefeito.

Em São Paulo, 29,2% dos entrevistados que avaliavam positivamente a gestão municipal tinham a intenção de votar no prefeito – como já visto anteriormente, Kassab inicia a campanha de forma desfavorável e vai melhorando a satisfação com sua gestão durante a campanha, assim como aumentando o vínculo entre avaliação positiva da gestão e voto no prefeito. A área de saúde também encontra uma distribuição de respostas parecida com a avaliação geral. Mas a distribuição é mais favorável ao prefeito quando a área de educação é citada como importante, com 38,5% das pessoas que indicavam educação e avaliavam positivamente a gestão, declaravam intenção de votar no prefeito. Quando trânsito é citado, a situação melhora um pouco mais, com 42,4% dos pesquisados que indicavam essa área como importante e avaliavam positivamente a prefeitura, declaravam intenção de votar em Kassab.

Em Manaus, 40,7% dos entrevistados diziam avaliar positivamente a prefeitura e terem a intenção de votar no prefeito. Dentre as que indicavam saúde como mais importante, tal distribuição cai para 33,8% dentre os que avaliavam positivamente e tinham a intenção de votar no prefeito. Dentre as que indicam educação como importante, a porcentagem cai um pouco mais, com 25% dos entrevistados que avaliavam positivamente a gestão declarando voto no prefeito. A distribuição é favorável quando o tema é calçamento, com 53,8% dos que indicavam essa área e avaliavam positivamente a prefeitura indicando a intenção de votar no prefeito.

Em Salvador, 52% diziam avaliar positivamente a gestão do prefeito e terem a intenção de votar nele. Porcentagem não muito diferente para os que indicam saúde, avaliam positivamente a gestão e tinham a intenção de votar no prefeito: 55,7%. Porém, essa distribuição cai quando o tema é educação, 42,9%, e sobe quando o tema calçamento é citado como importante, com 60% das respostas dentre os que avaliavam positivamente a prefeitura e tinham a intenção de votar no prefeito.

A distribuição também difere bem em Porto Alegre: 70,8% dos entrevistados que diziam avaliar positivamente a prefeitura e tinham a intenção de votar no prefeito. Porcentagem praticamente igual quando o tema saúde é indicado, com 70,6% das respostas dentre os que avaliavam positivamente a prefeitura e tinham a intenção de votar no prefeito. Mas diminui quando o tema indicado é calçamento, com 64,5% das respostas, e aumenta quando educação é indicada como área importante, com 84,2% das respostas dentre os que avaliavam positivamente a gestão e declaravam intenção de voto no prefeito.

Em quatro cidades, apesar de ser encontrada diferença na distribuição de respostas sobre a intenção de voto no prefeito quando é incluída a área de gestão indicada como importante, para além da avaliação positiva com a gestão, a diferença é pequena, indicando um equilíbrio entre as respostas de avaliação geral com a avaliação incluída a área. Em Goiânia, 86,6% dos eleitores que avaliam positivamente a gestão tinham a intenção de votar no prefeito. Quando a área indicada como importante é saúde, 85,5% que diziam avaliar positivamente a gestão municipal tinham a intenção de reeleger o prefeito. No caso de educação, tal distribuição é de 86,5% e trânsito, um pouco maior, 90%.

Em Maceió, 94,9% dos entrevistados que avaliavam positivamente a administração municipal tinham a intenção de votar no prefeito. Quando a área indicada como importante era saúde, dos que pretendiam votar no prefeito dentre dos que avaliavam positivamente a gestão era de 96,6%, calçamento 100% e educação 92,1%.

Em Curitiba 84,5% dos que avaliavam positivamente a gestão e tinham a intenção de reeleger o prefeito. Quando o tema indicado era segurança, tal porcentagem de intenção de voto dentre os que avaliam de maneira positiva a gestão foi de 87,1%, no caso da preferência pela saúde 82,9% e no caso da educação 86,9% dentre os que avaliavam positivamente a gestão, tinham a intenção de votar no prefeito.

Em Fortaleza essa diferença na distribuição aumenta um pouco, comparada com as três capitais anteriores, mas ainda indica certo equilíbrio, com 69% das respostas dentre os que avaliavam positivamente a gestão e tinham a intenção de votar no prefeito. Quando o assunto indicado era saúde, 67,5% dos que indicavam avaliar positivamente votavam no prefeito. Com a

indicação para calçamento, vai para 70,2% e educação desce para 62,5% a porcentagem de intenção de voto no mandatário dentre os que avaliavam bem a gestão.

Dependendo da importância que se dá a uma área, ou não, a distribuição de voto entre os eleitores se modifica. Assim, podemos separar essas nove capitais da seguinte forma:

1 - Cidades que apresentaram maior disparidade das intenções de voto para o mandatário dentre os eleitores que avaliam positivamente, dependendo da área que definia como prioritária – Florianópolis, São Paulo, Manaus, Salvador e Porto Alegre.

2 - Cidades que apresentaram semelhanças na distribuição das intenções de voto para o mandatário dentre os eleitores que avaliam positivamente, dependendo da área que definia como prioritária: Goiânia, Maceió, Curitiba e, com menor semelhança Fortaleza.

Considerações finais

É preciso reconhecer uma limitação da presente pesquisa: ela foi realizada com um banco de dados pronto, não planejado para o aprofundamento pretendido. Ou seja, não usou dados próprios. A vantagem de se usar um banco de dados pronto é que outros pesquisadores também podem explorá-lo e refutar, ou confirmar, a presente pesquisa, o que é importante para a Ciência. Além disso, o Ibope, por ser um instituto reconhecido e estruturado, teve condições de fazer várias pesquisas municipais de âmbito nacional, possibilitando registrar a cena eleitoral em 2008 e o acompanhamento de vários casos locais. Mas quem lida com tais dados precisa estar ciente de que deve trabalhar com seus limites, com os dados que ela possui, e não tentar ir além deles. Neste caso, não havia como medir a avaliação positiva do eleitor dos serviços públicos prestados, o que não retira a importância da pergunta feita pelo Ibope sobre as áreas consideradas de maior gravidade para o eleitor.

Como um retrato da campanha de 2008, tal pergunta da pesquisa Ibope – sobre a importância dada aos serviços públicos -- quando juntada com a

avaliação da administração e com a intenção de voto pode indicar caminhos sobre o peso que avaliar bem um determinado serviço ou outro prestado pela prefeitura pode ter na avaliação com a administração municipal como um todo e com o seu efeito na decisão do voto.

Com a frequência das respostas, foi possível separar as cidades em dois blocos: em um grupo, foram reunidas aquelas em que a distribuição da porcentagem de intenção de voto no prefeito apresentava disparidade entre os que apontavam para a avaliação positiva da gestão de acordo com a variação das áreas consideradas importantes. Em outro grupo, tais taxas se apresentaram de forma mais equilibrada, a despeito de quais áreas eram tidas como mais importantes. As quatro cidades que apresentaram equilíbrio nas respostas os prefeitos foram reeleitos no primeiro turno. Na cidade que apresenta maior diferença de porcentagem das respostas, Manaus, o prefeito foi o único não reeleito dentre as capitais estudadas.

A separação das cidades nesses dois blocos pode ser visto como um indicativo de como os serviços públicos podem ser levados em consideração na decisão do voto, embora não se possa fazer qualquer afirmação neste sentido. Ao menos no período das pesquisas, existia uma diferença em intenção de voto dependendo da área indicada como importante. Não é possível afirmar de forma categórica que a área de gestão influencia na definição do voto porque não foi feita a pergunta direta sobre a satisfação com os serviços públicos. Mas a diferença na distribuição pode indicar quais os serviços públicos que contam mais, ou menos, na definição de voto, resguardando as diferenças de cada cidade e sem afirmar uma relação de causalidade.

Também é importante notar que nas nove capitais estudadas as três áreas consideradas mais importantes pelos eleitores coincidem: saúde e educação sempre indicadas e trânsito para algumas cidades e calçamento para outras. Apenas Curitiba sai desse padrão, com a indicação da área de segurança em primeiro lugar.

Através da frequência das respostas foi possível verificar que a área da saúde concentra a preocupação dos eleitores entrevistados pelo Ibope em oito das nove capitais, no período da eleição para prefeito da cidade. Saúde concentra 65,4% das primeiras respostas (a pesquisa pede para assinalar três).

Não foi feita uma análise comparativa entre o início e o final da campanha para perceber se a opinião a respeito dos serviços públicos permaneceu a mesma porque o Ibope não apresentou o questionário completo em todas as rodadas de pesquisa. Mas pela evolução da satisfação dos eleitores com a gestão municipal durante a campanha, pode-se dizer que esse período teve o efeito de aumentar a avaliação positiva com a gestão. Como já mencionado, os prefeitos reeleitos dentre as cidades estudadas conseguiram melhorar sua avaliação de gestão durante a campanha. Além disso, é importante reafirmar que os prefeitos que se reelegeram ainda no primeiro turno da disputa tinham ao final do primeiro turno mais de 50% de aprovação de sua gestão. Foram os que conseguiam angariar mais de 80% de intenção de voto entre os eleitores que avaliavam bem o governo local e tinham uma taxa de rejeição inferior à de seu principal adversário, aquele com quem disputou o segundo turno. Estes políticos ainda agregaram coligações partidárias que lhes garantiram aproximadamente 60% de taxa de capilaridade (porcentagem de vereadores eleitos em 2004 pelos partidos coligados na reeleição do prefeito em 2008) e vasta vantagem no que se refere a tempo de veiculação de propaganda na televisão em comparação com os demais candidatos.

Entendendo que a avaliação positiva com a gestão municipal é fator importante para a eleição de um determinado candidato – se ele for de situação quando a avaliação é positiva e se for de oposição, quando negativa – a intenção neste trabalho foi a de aprofundar um pouco mais o que é essa satisfação. Se é com os serviços públicos oferecidos durante a gestão, ou se leva em conta outros fatores.

Conclui que somente a avaliação dos serviços públicos não é capaz de explicar o sucesso, ou fracasso das campanhas. A avaliação positiva pode incluir outros fatores, como a imagem construída pelo prefeito, a rejeição ao nome dele e aos principais adversários, sem falar da dinâmica própria da campanha, como o Horário Eleitoral, que não é estudado nesse paper.

Porém, a frequência de respostas das áreas consideradas importantes e a intenção de voto no prefeito mostram que as duas respostas podem indicar que avaliar positivamente a gestão municipal e considerar uma área como

importante em tal gestão pode ser critério para voto no prefeito, ou no adversário.

Com este paper, a intenção foi iniciar uma investigação que merece maior aprofundamento. As eleições municipais, ainda não tão bem estudadas no Brasil como as eleições federais, merecem uma atenção maior por parte dos pesquisadores de comportamento eleitoral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, A. A. B. . Eleições municipais comparadas: a escolha do chefe do executivo no Brasil e no Uruguai e o impacto sobre os sistemas partidários locais. In: **33º Encontro Anual da Anpocs, 2009, Caxambu**. 33º Encontro Anual da ANPOCS -. São Paulo : Anpocs, 2009. v. 1. p. 1-30. Disponível em: http://www.anpocs.org.br/portal/component/option,com_docman/task,cat_view/gid,80/Itemid,85.

BORBA, Julian, et al., A eleição de 2008 para prefeito em Florianópolis, in BAQUERO, Marcello e CREMONESE, Dejalma (org), **Eleições municipais 2008: uma análise do comportamento eleitoral Brasileiro**. Ijuí, Editora Unijuí, 2009. p. 83-118.

CAMARGOS, Malco Braga, **Economia e Voto: Fernando Henrique versus Lula, 1998**, in: LUCAS, João Ignácio (org), **Da Rua às Urnas**, Caxias do Sul: EducS, 2003. CARREIRÃO, Yan, **A Decisão do Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras**. Florianópolis: Editora da UFSC, Editora FGV, 2002.

DOWNS, Anthony, **Uma Teoria Econômica da Democracia**. São Paulo: Edusp, 1999.

FIGUEIREDO, Marcus, **A decisão do Voto, Democracia e Racionalidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

FIGUEIREDO, Marcus et al., **Estratégias de persuasão em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral**, in FIGUEIREDO, Rubens (org.), **Marketing Político e Persuasão Eleitoral**, São Paulo: Konrad Adenauer, 2000.

FIORINA, Moris P, **Retrospective Voting in American National Elections**. New Haven and London, Yale University Press, 1981.

LAVAREDA, Antônio, **Emoções Ocultas e Estratégias Eleitorais**. Rio de Janeiro, Editora Objetiva, 2009.

MARENCO, André, O voto em dois tempos: Notas sobre as eleições 2008 em Porto Alegre, in BAQUERO, Marcello e CREMONESE, Dejalma (org), **Eleições municipais 2008: uma análise do comportamento eleitoral Brasileiro**. Ijuí, Editora Unijuí, 2009. p. 67-82.

POPKIN, Samuel L., **The Reasoning Voter, Communication and Persuasion in Presidential Campaign**. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1991.

RADMANN, Elis Rejane, **O Eleitor Brasileiro – uma análise do comportamento eleitoral**. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2001.

REDLAWSK, David P., What Voters Do: Information Search during Election Campaigns, in **Political Psychology** 25 (August).Virginia (EUA): ISPP. 2004. P. 595-610.

TELLES, Helcimara de Souza, Estratégias de Campanha Política: slogans e retóricas nas eleições para prefeitos no Brasil, in **America Latina Hoy**, nº 51. Salamanca: Editora Universidade de Salamanca, 2009. Pág 141- 168.

VEIGA, Luciana, SANTOS, Sandra Avi, NEVES, Daniela Silva, Prefeito bem avaliado, prefeito reeleito? Sobre o peso da satisfação com a administração na eleição, in **7º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política**, Recife, 2010.