

Televisão e voto: a eleição de 1992 para prefeito de São Paulo

Mauro Pereira Porto

Universidade de Brasília

Resumo

Este artigo analisa o efeito dos meios de comunicação de massa em conjunturas eleitorais. Com base em pesquisa de tipo painel realizada em 1992 na cidade de São Paulo, o autor afirma a influência da imagem produzida sobre os políticos pela televisão na formação das preferências políticas dos eleitores paulistanos.

Palavras-chave: comportamento político; mídia; eleições

Abstract

This article analyses the effect of the mass media on electoral situations. Based on panel research results, developed in the city of São Paulo in 1992, the author affirms the influence of the image of the politicians produced by the television on the process of formation of the voter's political preferences.

Keywords: political behavior; media; elections

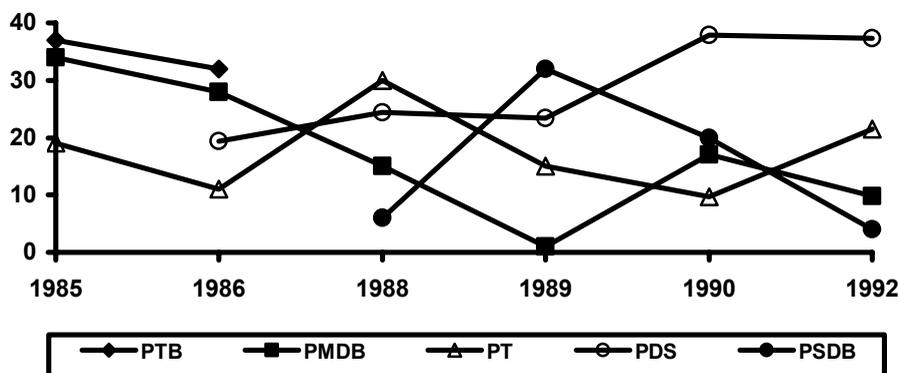
A questão dos efeitos dos meios de comunicação de massa no processo político constitui um campo de trabalho relativamente pouco desenvolvido no Brasil, especialmente na área da ciência política. No caso específico dos estudos sobre comportamento eleitoral, os mídia raramente são considerados um elemento relevante da decisão do voto. Em um levantamento da produção acadêmica brasileira sobre partidos, eleições e comportamento político realizado em 1992, nenhum dos 225 títulos listados incluía os meios de comunicação de massa como tema central (LIMA JR. et al., 1992). Confirma-se assim o diagnóstico do historiador Thomas Skidmore: enquanto políticos e partidos lutam para dominar a televisão, acadêmicos continuam a fixar sua atenção nos aspectos tradicionais do processo eleitoral (SKIDMORE, 1993, p. 2).

O objetivo deste artigo é desenvolver uma análise acerca do papel da televisão na eleição de 1992 para prefeito de São Paulo, buscando assim contribuir para superar essa lacuna nos estudos sobre comportamento eleitoral. Trata-se, portanto, de um esforço no sentido de compreender o papel dos meios de comunicação em processos eleitorais municipais, através do estudo de caso de uma eleição no maior município brasileiro, a cidade de São Paulo, hoje com mais de seis milhões de eleitores. A análise está desenvolvida a partir dos dados de um estudo de painel realizado com 90 eleitores da capital paulista.

O voto na cidade de São Paulo

Antes de passarmos à análise da eleição de 1992, apresentaremos os aspectos mais gerais do comportamento eleitoral dos paulistanos nos últimos anos, principalmente a partir das primeiras eleições realizadas após o período autoritário (1985). A comparação do desempenho das diferentes forças políticas no município torna-se importante para a compreensão dos resultados de 1992, como veremos a seguir.

Gráfico 1
Votação dos principais partidos políticos no município de São Paulo (1985-1992)



Fonte: TRE - São Paulo e Pierucci e Lima, 1991.

O Gráfico 1 apresenta os resultados da votação dos principais partidos políticos no município de São Paulo nas últimas seis eleições. Uma primeira constatação na análise dos dados é o evidente processo de consolidação e expansão da base eleitoral do candidato do Partido Democrático Social (PDS)¹. Paulo Maluf passa dos 19,4% na eleição para o governo do Estado em 1986 para 24,4% na eleição para prefeito em 1988. No primeiro turno da eleição presidencial realizada no ano seguinte, há uma pequena queda de sua votação (de 1%) que seria compensada por um enorme crescimento de seu eleitorado no primeiro turno da eleição para governador em 1990, quando alcançou 37,9% dos votos na capital. Em 1992, Maluf praticamente repete este desempenho com 37,3% dos votos, garantindo a sua primeira vitória nas urnas para um cargo majoritário no segundo turno desta eleição.

O PDS é, portanto, a única força política com um desempenho eleitoral estável e ascendente no município de São Paulo nas últimas cinco eleições. Quais seriam as bases para estes resultados tão favoráveis a Maluf? Analisando as eleições de 1985 e 1986, Pierucci (1989) constatou diversos aspectos comuns com relação à base eleitoral conservadora de Jânio Quadros e Maluf. As maiores votações destes dois candidatos na capital teriam uma localização geográfica muito

¹ Em junho de 1993, o PDS passa por um processo de fusão com o PDC, constituindo o Partido Progressista Reformador (PPR).

clara: ambos têm o seu melhor desempenho nos bairros intermediários das zonas leste e norte, localizados entre o centro da cidade e a periferia. A base do voto conservador estaria concentrada em um “bolsão geográfico” específico, povoado por populações de “classe média baixa”. Em uma análise posterior sobre o grande crescimento do voto conservador na capital na eleição de 1990, Pierucci e Lima (1991) mostram como a “mancha malufista” se espalha pelo mapa da cidade, incorporando novos bairros à base eleitoral conservadora. O crescimento se dá em direção aos bairros mais ricos das zonas sul e oeste. Este processo se confirma em 1992, quando Maluf obtém suas melhores votações nos bairros mais ricos da cidade (PIERUCCI e LIMA, 1993).

Outra constatação importante com relação aos dados do Gráfico 1 diz respeito à tendência decrescente do eleitorado do (P)MDB. Se entre 1974 e 1982 o partido não perdeu uma única eleição na capital paulista, a partir de 1982 há uma crescente diminuição de sua base eleitoral. Dos 42% atingidos por Franco Montoro em 1982 e 34% por Fernando Henrique Cardoso em 1985, o PMDB chega a 1992 com apenas 9,8% dos votos da cidade.

Dada a tendência crescente do PDS e decrescente do PMDB, o PT e o PSDB passam a disputar o mesmo espaço como alternativa ao crescimento de Maluf. O PT atinge melhores resultados em 1988 e 1992, mas o PSDB, através da candidatura de Mário Covas, obtém melhor desempenho em 1989 e 1990.

A eleição de 1992

A eleição de 1992 teve peculiaridades importantes com relação aos processos eleitorais anteriores da capital paulista. Foi a primeira eleição para a prefeitura organizada em dois turnos². Foi também uma disputa eleitoral que transcorreu no marco do processo de “impeachment” do Presidente da República, fazendo com que os aspectos da conjuntura nacional tivessem preponderância sobre os temas locais. O afastamento do Presidente Collor de Mello contribuiu para a “nacionalização” das disputas municipais de 1992, dominando a cobertura dos mídia e a campanha dos candidatos.

Com relação à escolha dos candidatos, o Partido Democrático Social (PDS) oficializou a candidatura de Paulo Salim Maluf, presidente nacional do partido e candidato derrotado nas eleições de 1986 e 1990 para o governo do Estado, de 1988 para a prefeitura e 1989 para a Presidência da República. Maluf foi nomeado

² A Constituição de 1988 definiu que, nos municípios com mais de 200 mil eleitores, será organizada uma segunda votação caso nenhum candidato a prefeito obtenha a maioria absoluta dos votos válidos. Participam do segundo turno os dois candidatos mais votados no primeiro (Artigos 29 e 77). Em 1992, o primeiro turno foi realizado no dia 3 de outubro e o segundo em 15 de novembro.

prefeito de São Paulo (1967-1972) e governador do Estado (1979-1982) pelo governo militar, elegendo-se deputado federal em 1982. Em 1985, foi o candidato do PDS na eleição indireta para a Presidência da República, sendo derrotado no Colégio Eleitoral por Tancredo Neves. Em 1992, na cidade de São Paulo, o PDS se coligou com o Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), que indicou Sólon Borges dos Reis como candidato a vice-prefeito, e com o Partido Liberal (PL).

O Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) optou pelo vice-governador do Estado, Aloysio Nunes Ferreira Filho. Aloysio foi um destacado ativista do movimento estudantil durante o regime militar, tendo militado no Partido Comunista Brasileiro (PCB) e exilado-se na França, onde permaneceu até 1979. De volta ao país, elegeu-se deputado estadual pelo PMDB em 1982, quando ainda mantinha vínculos com o PCB. Pouco depois, rompe com os comunistas e torna-se líder do governo Franco Montoro na Assembléia Legislativa. Reelege-se deputado estadual em 1986, concorrendo como vice na chapa do PMDB ao governo em 1990. Em 1992, na cidade de São Paulo o partido se coligou com o Partido Democrático Trabalhista (PDT), que indicou o ex-deputado federal Airton Soares como candidato a vice, e com mais oito pequenos partidos (PPS, PSD, PMN, PRP, PTR, PTC, PTdoB, PPN).

O candidato do Partido dos Trabalhadores (PT) foi o senador Eduardo Matarazzo Suplicy que iniciou sua carreira política elegendo-se deputado estadual pelo MDB em 1978. Com a extinção do bipartidarismo no ano seguinte, participa da fundação do PT e elege-se deputado federal em 1982. Em 1985, candidata-se pela primeira vez à prefeitura de São Paulo, obtendo a terceira colocação, com 19% dos votos. Em 1986, é candidato ao governo do Estado, quando sua votação na capital cai para 11%. Em 1988 é o vereador mais votado na capital, chegando à presidência da Câmara dos Vereadores e elegendo-se senador em 1990. Em 1992, o candidato a vice-prefeito foi Gumerindo Milhomen, também do PT, e o partido se coligou com o PCdoB, PSB e PC.

Dos partidos de maior expressão política e eleitoral, resta o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Com a decisão de Mário Covas, José Serra e Franco Montoro de não se candidatarem, a escolha recaiu no nome do deputado federal Fábio José Feldman. Deputado pelo PMDB em 1986 e PSDB em 1990, Feldman destaca-se por sua militância no movimento ambientalista, tendo fundado diversas entidades não-governamentais. Em 1992, o candidato a vice foi Walter Feldman, também do PSDB. O partido se coligou com o Partido Verde (PV).

Metodologia

Feitas estas considerações, apresentaremos a seguir a metodologia utilizada no estudo de painel realizado com 90 eleitores paulistanos em 1992 sobre a relação entre a televisão e a eleição para prefeito realizada naquele ano. Utilizando questionários com perguntas abertas e fechadas, os mesmo eleitores foram entrevistados em quatro oportunidades: 11 e 12 de julho, 15 e 16 de agosto, 26 e 27 de setembro e 7 e 8 de novembro de 1992. É preciso ressaltar que a amostra de 90 eleitores não é probabilística e, portanto, não se pretende extrair dela generalizações sobre os mais de seis milhões de eleitores do município de São Paulo. Entretanto, os dados serão utilizados como uma rica fonte de informações sobre como a televisão influenciou a decisão do voto.

Buscando refletir a complexa composição social dos eleitores do município de São Paulo, a amostra do painel foi organizada de acordo com a divisão da cidade em “áreas homogêneas” (AH), elaborada pelo DataFolha com base em uma divisão anterior da SEPLAN (Governo do Estado)³. Esta divisão, baseada em variáveis como renda familiar, saneamento básico, densidade demográfica e mortalidade proporcional, vai da área homogênea mais rica (AH 1) à área homogênea mais pobre (AH 5). Foi escolhido um bairro de cada área homogênea através dos seguintes critérios: correspondência com as características gerais de cada área homogênea, facilidade de locomoção dos pesquisadores e localização na zona geográfica que concentra o maior número de eleitores. A amostra de 90 eleitores ficou assim dividida, de acordo com a proporção de eleitores de cada área homogênea:

Após a definição dos bairros escolheram-se aleatoriamente algumas ruas e casas para a coleta de dados com os eleitores.

Estes são os aspectos principais da metodologia utilizada. Passaremos a seguir a análise dos dados do painel, buscando identificar as formas pelas quais a televisão influenciou a decisão do voto.

Crítérios na decisão do voto

Analisaremos a seguir algumas questões relativas ao processo da decisão do voto nas 11 semanas que antecederam a eleição, período entre a primeira rodada de entrevistas (11 e 12 de julho) e o primeiro turno da eleição de 1992 para prefeito de São Paulo (3 de outubro).

³ A amostra foi dividida também em quotas por sexo. Segundo dados do TRE de São Paulo, 50,7% dos eleitores do município eram homens e 49,3% mulheres. Seguindo essa proporção, a amostra foi composta por 46 homens e 44 mulheres.

Uma primeira questão a ser ressaltada quanto aos eleitores é o forte desinteresse dos eleitores pela política, como mostram os dados da Tabela 2.

Tabela 1
Composição da amostra de 90 eleitores segundo a divisão por área homogênea, por zona geográfica e por bairros

| AH: | Bairro: | Zona Geográfica: | Número de eleitores: |
|-------|-----------------|------------------|----------------------|
| 1 | Vila Mariana | Zona Sul | 16 |
| 2 | Santa Cecília | Centro | 05 |
| 3 | Alto da Mooca | Zona Leste | 21 |
| 4 | Vila Guilherme* | Zona Norte | 26 |
| 5 | Itaquera | Zona Leste | 22 |
| Total | | | 90 |

Fonte: Painel sobre o papel da televisão na eleição de 1992 para prefeito de São Paulo.

*Na AH 4, as zonas geográficas que concentram maior número de eleitores são a zona norte (8,9%) e a zona sul (9,1%) com pequena vantagem para a zona sul. Optou-se, porém, por um bairro da zona norte para que esta zona geográfica também estivesse representada na amostra.

Tabela 2
Interesse pela política entre os entrevistados segundo as áreas homogêneas da cidade de São Paulo

| Pergunta: tem interesse pela política? | AH 1 | AH 2-3 | AH 4 | AH 5 | TOTAL |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Sim | 25% | 23% | 27% | 23% | 25% |
| Não | 75% | 69% | 65% | 77% | 71% |
| Não respondeu | . | 8% | 8% | . | 4% |
| Total | 16(100%) | 26(100%) | 26(100%) | 22(100%) | 90(100%) |

Fonte: Painel sobre o papel da televisão na eleição de 1992 para prefeito de São Paulo.

Os dados demonstram que 71% dos entrevistados não manifestaram interesse pela política. Esse desinteresse é maior tanto na área homogênea mais rica (AH 1), quanto na mais pobre (AH 5). O processo da decisão do voto entre os eleitores da amostra ocorreu, portanto, em meio a uma grande indiferença quanto ao processo político. Tal atitude dos eleitores pode ser compreendida, em grande parte, devido à presença constante do tema da desqualificação da política e dos políticos na televisão, principalmente nas telenovelas, como demonstraram vários

estudos sobre a eleição presidencial de 1989 (RUBIM, 1989; LIMA, 1989; WEBER, 1989). Nas novelas, os políticos são sempre corruptos ou se utilizam da política em benefício próprio, construindo generalizações extremamente negativas quanto ao “mundo da política”. Em outro trabalho (PORTO, 1994), ressaltai como uma novela da Rede Globo de Televisão (“Pedra Sobre Pedra”), que antecedeu as eleições de 1992, contribuiu para reforçar esta desqualificação, construindo um terreno propício para a disseminação de atitudes de rejeição à atividade política.

Ao lado desse descaso para com a política, existe uma preferência pelo critério das qualidades pessoais com relação às propostas políticas na escolha do candidato, como mostra a Tabela 3. Trata-se de um processo denominado por alguns acadêmicos como a “ascensão da política centrada nos candidatos” (WATTEMBERG, 1991), quando características individuais dos candidatos passam a ser mais relevantes para o eleitorado do que suas propostas ou programa, principalmente em países cujos sistemas partidários possuem um baixo grau de institucionalização.

Mais da metade dos eleitores (57%) consideravam as qualidades pessoais e somente 31% as propostas políticas como o fator mais importante em um candidato. É importante ressaltar que apenas na AH 1 o número de pessoas que optaram pelo critério das propostas políticas é majoritário, enquanto que a AH 5 foi a que expressou maior preferência pelo critério das qualidades pessoais. Tal diferença pode estar relacionada com o fato de que os habitantes das áreas mais ricas têm maior grau de escolaridade e maior acesso a outras fontes de informação (imprensa escrita, livros etc), reforçando a preferência pelas propostas e programa dos candidatos como critérios definidores do voto.

Um processo eleitoral onde muitas pessoas tendem a votar em um candidato do qual discordam por gostarem de sua personalidade só é possível em uma cultura televisiva (MEYROWITZ, 1989). Em uma atmosfera de desinteresse pela política e de predomínio das qualidades pessoais dos candidatos, o papel da televisão torna-se particularmente relevante por ser um meio que se afirma mais através da imagem/sentimento do que através do argumento/racionalidade.

Mas quais seriam as qualidades pessoais dos candidatos que os eleitores consideravam mais importantes? Buscamos obter informações sobre esta questão apresentando algumas características para que os eleitores indicassem a mais importante em um candidato. Os dados são apresentados na Tabela 4.

As características mais importantes em um candidato, segundo os eleitores da amostra, são a honestidade (40%) e a competência (26%). Assim, ao lado da ênfase nas qualidades pessoais, ressalta-se os temas da honestidade e da competência na decisão do voto.

O tema da honestidade se faz mais presente nas áreas homogêneas 1 e 4, enquanto a questão da competência é a preferida pelos eleitores da área homogênea mais pobre (AH 5). Assim, entre os moradores das áreas mais ricas, há uma tendência maior em favor dos critérios das propostas políticas e da honestidade, enquanto que em áreas mais pobres a tendência geral favorece os critérios da qualidade pessoal e da competência.

Tabela 3
Fatores mais importantes na escolha de um candidato segundo os entrevistados por área homogênea da cidade de São Paulo

| | AH 1 | AH 2-3 | AH 4 | AH 5 | TOTAL |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Propostas Políticas | 50% | 23% | 42% | 14% | 31% |
| Qualidade Pessoais | 44% | 62% | 50% | 68% | 57% |
| Não sabe/ não respondeu | 6% | 15% | 8% | 18% | 12% |
| Total | 16(100%) | 26(100%) | 26(100%) | 22(100%) | 90(100%) |

Fonte: Painel sobre o papel da televisão na eleição de 1992 para prefeito de São Paulo.

Tabela 4
Características mais importantes em um candidato segundo os entrevistados por área homogênea* da cidade de São Paulo.

| | AH 1 | AH 2-3 | AH 4 | AH 5 | TOTAL |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| - Honestidade | 50% | 31% | 54% | 27% | 40% |
| - Competência | 12% | 38% | 8% | 41% | 26% |
| - Ter programa | 19% | 11% | 4% | 10% | 10% |
| - Conhecer os problemas da cidade | 12% | 8% | - | 4% | 6% |
| - Experiência | 7% | - | - | 4% | 2% |
| - Capacidade de realizar grandes obras | - | 4% | - | 4% | 2% |
| - Não respondeu | - | 8% | 34% | 10% | 4% |
| TOTAL | 16(100%) | 26(100%) | 26(100%) | 22(100%) | 90(100%) |

*Pergunta fechada: "Qual das seguintes características é mais importante em um candidato?".

Fonte: Painel sobre o papel da televisão na eleição de 1992 para prefeito de São Paulo

As definições no período da “campanha oficial”

Outro aspecto relevante com relação aos 90 eleitores do painel é o fato de que a maior parte deles não modificou a sua intenção de voto entre a primeira entrevista (11 e 12 de julho) e o primeiro turno da eleição para prefeito (3 de outubro). Assim, é possível dividir os eleitores em dois grupos, para efeito de comparação, entre os que modificaram e os que mantiveram sua intenção de voto durante o período da “campanha oficial” que antecede as eleições, como mostra a Tabela 5.

Uma expressiva maioria dos eleitores (66%) não modificou sua intenção de voto entre julho e o primeiro turno das eleições (outubro). A análise sobre o papel da televisão no processo da decisão do voto deve considerar as razões da decisão antecipada destes eleitores, adotando, portanto, uma perspectiva de longo prazo⁴. Entretanto, é possível detectar algumas das formas através das quais a televisão influenciou na decisão do voto, mesmo no curto período de 11 semanas que antecedeu as eleições, como veremos a seguir.

Tabela 5
Mudança e manutenção da intenção de voto dos entrevistados entre 11 e 12 de julho e o primeiro turno (3 de outubro) da eleição de 1992 para prefeito de São Paulo por área homogênea

| Intenção de voto: | AH 1 | AH 2-3 | AH4 | AH 5 | TOTAL |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Mantida | 69% | 73% | 50% | 73% | 66% |
| Modificada | 31% | 27% | 50% | 27% | 34% |
| Total | 16 (100%) | 26 (100%) | 26 (100%) | 22 (100%) | 90 (100%) |

Fonte: Painel sobre o papel da televisão na eleição de 1992 para prefeito de São Paulo

⁴ Uma das mudanças mais importantes nos estudos da comunicação política nas últimas décadas foi a passagem das pesquisas de curto prazo, centradas apenas na campanha eleitoral, para as de longo prazo, mais preocupadas com os efeitos cognitivos dos mídia (cf. WOLF, 1992, p. 123-156). A tendência em restringir o estudo dos efeitos dos mídia ao curto período que antecede as eleições tem contribuído para que diversos estudos cheguem à conclusão que seus efeitos são “limitados”, principalmente a partir das pesquisas “clássicas” da década de 40 (LAZARSFELD et al., 1944; BERELSON et al., 1955. Para uma interessante crítica da tradição dos “efeitos limitados”, ver CHAFFEE e HOCHHEIMER, 1985). Apesar do presente estudo analisar apenas o período de 11 semanas que antecedeu o primeiro turno da eleição de 1992 para prefeito de São Paulo, os pressupostos teóricos da pesquisa ressaltam que os efeitos da televisão são de longo prazo (cf. PORTO, 1994).

A Tabela 6 contém informações sobre a intenção de voto nos meses de julho, agosto, setembro e a decisão do voto no primeiro turno da eleição (3 de outubro) entre os entrevistados da amostra. Em primeiro lugar, vale ressaltar que os resultados do primeiro turno entre os eleitores da amostra não diferem muito dos resultados oficiais (entre 1 % e 5% de diferença), o que indica que a amostra refletia a tendência geral do eleitorado paulistano. No que se refere à evolução da intenção de voto, os três principais candidatos tiveram o mesmo percentual de crescimento entre julho e o primeiro turno (6%). Mas, quais teriam sido as razões que levaram alguns dos eleitores a se decidirem por um candidato, ou mudar sua intenção de voto nesse período (julho a outubro)? As razões dos eleitores para cada opção são apresentadas a seguir⁵:

a) *Paulo Maluf (PDS)*

Os motivos alegados pelos nove eleitores que aderiram à sua candidatura entre julho e outubro variaram da seguinte forma: três alegaram a rejeição ao PT ou ao seu candidato, Eduardo Suplicy; três alegaram as qualidades pessoais do candidato (“mais inteligente, mais experiente, é o melhor”); um alegou a má administração da prefeita Luiza Erundina; outro, o fato de que o candidato estava “bem cotado”; e o último, a falta de um outro candidato melhor.

Como a televisão influenciou a decisão desses eleitores? A rejeição ao PT e à administração de Luiza Erundina pode ter sido determinada, ou pelo menos reforçada, pela televisão. Em trabalho anterior (PORTO, 1994), procurei demonstrar como o telejornal “Aqui Agora” do SBT construiu uma cobertura jornalística desfavorável ao PT e à prefeita Erundina, principalmente através de uma ampla campanha contra a “indústria das multas de trânsito”. Os dados do painel com os 90 eleitores demonstram que a exposição ao jornal do SBT dificultava uma avaliação positiva da prefeitura, pois dos 20 eleitores que consideravam como “boa” a administração de Erundina, 17 assistiam o jornal às vezes ou não assistiam, enquanto somente 3 assistiam todos os dias ou quase todos os dias. A cobertura jornalística negativa da prefeita não ocorreu apenas no jornal “Aqui Agora”. Kowarick e Singer (1993, p. 202) chamam a atenção para o fato de que no primeiro ano do mandato de Erundina houve “a vigilância que boa parte da imprensa falada e escrita exerceu sobre o governo do PT: o lixo, a sujeira, os vendedores ambulantes, os buracos nas ruas, a ocupação de terras e as posições 'incendiárias' da prefeita eram manchetes recorrentes”. Não se trata aqui de julgar se a administração de

⁵ As respostas foram obtidas a partir de uma pergunta aberta que era apresentada aos entrevistados quando estes modificavam sua intenção de voto manifestada na entrevista anterior, ou quando o eleitor indeciso optava por um dos candidatos.

Luiza Erundina foi boa ou má, mas simplesmente de chamar a atenção para a fato de que os mídia, e particularmente a televisão, são um fator decisivo na formação da imagem dos administradores públicos.

Tabela 6
Intenção de voto entre os entrevistados nos meses de julho, agosto, setembro e votação no primeiro turno da eleição de 1992 para prefeito de São Paulo*

| | Julho | agosto | Setembro | Como votou no 1º turno | Resultado Oficial |
|-----------------|----------|----------|----------|------------------------|-------------------|
| Maluf | 36% | 37% | 39% | 42% | 37% |
| Suplicy | 18% | 19% | 20% | 24% | 23% |
| Aloysio | 2% | 5% | 8% | 8% | 10% |
| Feldmann | 1% | 1% | . | . | 4% |
| Silvio Santos** | 9% | 1% | . | . | . |
| Faria de Sá** | 2% | . | . | . | . |
| Indefinido | 12% | 17% | 9% | . | . |
| Branco/Nulo | 20% | 20% | 24% | 26% | 23% |
| TOTAL | 90(100%) | 90(100%) | 90(100%) | 90(100%) | |

*A Intenção de voto foi induzida. Apresentou-se um cartão circular com os nomes dos candidatos para que os eleitores indicassem o de sua preferência.

**Arnaldo Faria de Sá e Silvio Santos, que disputavam a indicação pelo Partido da Frente Liberal (PFL), tiveram suas candidaturas canceladas pelo TSE no dia 8 de setembro. A partir da terceira entrevista os nomes dos dois candidatos não constavam mais do cartão circular utilizado para verificar a intenção de voto.

Fonte: Painel sobre o papel da televisão na eleição de 1992 para prefeito de São Paulo.

Isto principalmente quando, como no caso da administração petista, havia um importante paradoxo: “Enquanto os serviços da prefeitura nas suas áreas de competência - limpeza urbana, pavimentação, educação, saúde, cultura, etc - recebiam uma avaliação muito boa, a avaliação dada à prefeita Luiza Erundina e ao Partido dos Trabalhadores era ruim ou sofrível” (BOLAFFI, 1993, p. 239).

Pesquisa realizada pelo instituto Gallup sob encomenda da prefeitura entre os meses de maio e junho de 1992 com 1.170 entrevistados demonstrou que entre 61% e 88% das pessoas consideravam os serviços de educação e saúde da prefeitura como “ótimos” ou “bons” (*Estado de São Paulo*, 26.06.1992), Esse paradoxo entre a boa avaliação dos serviços e a má avaliação da administração só pode ser explicado a partir do processo de construção da imagem dos administradores públicos, processo este determinado de forma importante pela televisão.

O eleitor que mencionou como uma razão do voto o fato de Maluf estar “bem cotado” indica o importante papel das pesquisas eleitorais para alguns indivíduos⁶. Um dos aspectos constitutivos desse processo é o modo pelo qual muitas pessoas tendem a identificar e seguir o que acreditam ser a opinião majoritária, ou o candidato melhor colocado nas pesquisas. Para conferir esta tendência, perguntamos aos eleitores se eles votariam em um candidato que não tem chances de vencer as eleições: 52% disseram que sim e 47% não. Ou seja, quase metade dos eleitores da amostra considerava as chances de um candidato como um fator importante na decisão do voto. E são exatamente as pesquisas eleitorais que têm a função de dizer “quem tem chances”.

b) Eduardo Suplicy (PT)

Os sete eleitores que optaram por Suplicy no período alegaram as seguintes razões: três, a sua honestidade; um, as provas apresentadas por ele no Horário Eleitoral Gratuito contra Maluf; outro, o melhor plano de governo; o seguinte, a rejeição a Maluf; e o último não respondeu.

A importância do critério da honestidade para os eleitores de Suplicy está certamente relacionada com o processo de “impeachment”, quando a questão da ética na política constituiu um elemento central da conjuntura nacional. Suplicy buscou aproveitar esse cenário organizando sua campanha em torno do tema da honestidade. Entretanto, a campanha do PT foi excessivamente personalizada e vazia de conteúdo político. Isto permitiu a Maluf construir a idéia de que o problema não era o candidato, mas a incompetência do PT para governar a cidade. Esta foi a base de um dos principais motes da campanha malufista: “a gente não tem nada contra o Suplicy; a gente só não quer o PT mandando aqui”. O programa de televisão de Maluf buscou ainda desmontar a estratégia de Suplicy, afirmando que não basta ser honesto, mas é preciso ser também um bom administrador. Estes motivos certamente contribuem para explicar por que o critério da honestidade não possibilitou a Suplicy um desempenho eleitoral maior. Com relação ao papel da televisão, a menção ao Horário Eleitoral como motivo do voto evidencia a importância deste espaço para a decisão de alguns eleitores.

⁶ É preciso ressaltar que é através da televisão que os institutos de pesquisa ganham projeção nacional, sendo o principal meio através do qual os dados chegam aos eleitores.

c) Aloysio Nunes (PMDB)

O candidato do PMDB obteve a adesão de cinco eleitores da amostra que alegaram as seguintes razões para suas opções: dois, o fato de que Maluf estava envolvido em corrupção; um, o bom desempenho das administrações do PMDB; outro, o conflito entre Faria de Sá e Silvio Santos; o último não respondeu.

A transferência de votos de Maluf para Aloysio possivelmente não foi maior devido à já mencionada desqualificação dos políticos e da política promovida pela televisão. Em um cenário de representação da política⁷ em que há uma generalização de qualidades extremamente negativas a toda a classe política, talvez a única distinção possível fosse a competência para administrar. Por este motivo, muitos eleitores votam em Maluf, mesmo reconhecendo a sua desonestidade: dos 38 eleitores de Maluf na amostra, 7 (18%) acreditavam que ele esteve envolvido em corrupção e 4 (10%) não souberam responder. Um eleitor chegou a afirmar que sabia que Maluf também roubava, mas que ele “trabalhava e fazia alguma coisa”.

O eleitor que optou pelo candidato do PMDB falando do “papel que Faria de Sá fez com Silvio Santos” na convenção do PFL, quando ocorreram graves conflitos, evidencia o papel da televisão. Perguntado sobre onde havia obtido informações sobre o que havia ocorrido na convenção, o eleitor mencionou a televisão, apesar de não recordar o programa. O eleitor certamente se referia à reportagem do telejornal “Aqui Agora” do SBT do dia 29 de julho de 1992, sobre os conflitos na convenção do PFL, onde se culpou diretamente o deputado Faria de Sá pelas agressões ocorridas, defendendo explicitamente a candidatura do proprietário da emissora, Silvio Santos.

d) Votos em branco e nulos

Finalmente, um dado relevante sobre os motivos mencionados pelos dez eleitores que decidiram anular o voto ou votar em branco: nove deles alegaram não confiar mais nos políticos e um não respondeu. A desqualificação da política e dos políticos promovida pela televisão parece ter construído um terreno propício para uma maior disseminação de atitudes de rejeição à classe política, reforçando assim o voto em branco ou nulo.

⁷ O conceito foi formulado por Venício A. de Lima (1994; 1995), e foi aplicado nas análises da eleição de 1992 para prefeito de São Paulo (PORTO, 1994) e da eleição presidencial de 1994 (PORTO, 1995).

Considerações finais

No decorrer do presente trabalho, ressaltamos algumas das formas através das quais a televisão condicionou a eleição de 1992 para prefeito de São Paulo. Analisando o processo da decisão do voto de 90 eleitores paulistanos, foi possível obter informações relevantes sobre o complexo processo pelo qual a TV coloca limites específicos ao processo político. Verificamos alguns aspectos relevantes deste processo, como, por exemplo: a desqualificação da política e dos políticos; a ascensão de uma política centrada nos candidatos; a formação da imagem dos administradores públicos; a influência das pesquisas eleitorais; o papel do Horário Eleitoral Gratuito, etc.

Apesar de não serem o único fator a determinar os resultados da disputa eleitoral, os meios de comunicação de massa - e particularmente a televisão - estão impondo importantes transformações à própria natureza da política. Sem o reconhecimento do papel crescente dos mídia nas sociedades contemporâneas, será cada vez mais difícil compreender o processo político em sua plenitude, incluindo uma de suas práticas institucionalizadas mais importantes: as eleições.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CHRISTIANS, C. G.; CAREY, J. W. The logic and aims of qualitative research. In: STEMPEL, G.; WESTLEY, B. (ed.). *Research methods in mass communication*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1981.

DURKHEIM, É. Sociedade como fonte do pensamento lógico. In: RODRIGUES, J. A. (org.). *Durkheim: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1993. p. 166-182.

GRAMSCI, A. *Maquiavel, a política e o Estado moderno*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

HALL, S. Encoding/ decoding. In: HALL, S. et al. *Culture, media, language*. London: Hutchinson/ CCCS, 1980. p. 128-138.

_____. New ethnicities. In: MERCER, K. et al. *Black film, british cinema*. London: ICA, n. 7, 1988. p. 27-30.

LANG, K.; LANG, G. E. Los 'mass-media' y las elecciones. In: MORAGAS, M. (ed.). *Sociologia de la comunicación de masas*, v. III. Barcelona: GG Mass Media, 1993. p. 66-94.

LIMA, V. A. Televisão e política: hipótese sobre a eleição presidencial de 1989. *Comunicação & Política*, v. 9, n. 11, p. 7-27, abril-junho 1990.

_____. Televisão e poder: a hipótese do cenário de representação da política; CR-P. *Comunicação & Política*. Nova Fase, v. I, n. 1, p. 5-22, agosto-novembro 1994.

MATTELART, M.; MATTELART, A. *O carnaval das imagens*. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MILLS, W. *A imaginação sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1969.

MOORE JR., B. *O poder político e teoria social*. São Paulo: Cultrix, 1972.

PORTO, M. P. Meios de comunicação e hegemonia: o papel da televisão na eleição de 1992 para prefeito de São Paulo. *Dissertação de Mestrado em Ciência Política*. Universidade de Brasília, 1993.

_____. As eleições municipais em São Paulo. In: MATOS, H. (org.). *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo: Scritta, 1994.

_____. *Telenovelas e imaginário político no Brasil*. 1994a. Trabalho apresentado no III Encontro Anual da Compôs, Campinas, 21-27 de agosto 1994.

REIS, E. P. Reflexões sobre o Homo Sociologicus. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 4, n. 11, p. 23-33, outubro 1989.

RUBIM, A. A. C. Comunicação, espaço público e eleições presidenciais. *Comunicação & Política*, v. 9, n. 2-3-4, p. 7-21, 1989.

SARTORI, G. Videopoder. In: SARTORI, G. *Elementos de Teoria Política*. Madrid: Alianza Editorial, 1992.

SKIDMORE, T. (ed.). *Television, politics and the transition to democracy in Latin America*. Baltimore: John Hopkins University Press, 1993.

WEBER, M. H. Pedagogias de despolitização e desqualificação da política brasileira: as telenovelas da Globo e as eleições presidenciais de 1989. *Comunicação & Política*, v. 9, n. 11, p. 67-83, abril-junho 1990.

WEBER, M. *Economia e sociedade*. v. 1. Brasília: EdUnB, 1991.

WEFFORT, F. *Qual democracia?* São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

WOLF, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1992.

Recebido para publicação em outubro de 1995.