

Pesquisas detectaram a tendência do voto e traçaram estratégia da campanha

por Eliane Cantanhêde
de Brasília

As pesquisas quantitativas do IBOPE, Vox Populi, Datafolha e Gallup, entre outros, acompanharam passo a passo a disposição do eleitorado brasileiro de 1994, mas não estiveram sozinhas. Bem mais discretas, mas igualmente eficazes, foram as chamadas "pesquisas qualitativas", que não apuram em quem o eleitor pretende votar, mas o que ele espera dos candidatos e das eleições. Ou seja: uma delas detecta tendências de voto; a outra traça estratégias de campanha.

Foi assim, por exemplo, com o candidato do PSDB ao governo de São Paulo, Mário Covas. Ele decidiu disputar as eleições, desenhando sua campanha, afinou o discurso e pautou seus programas de propaganda eleitoral gratuita de rádio e televisão a partir de pesquisas qualitativas. Foi com elas que ele descobriu que o eleitor reagia negativamente a palavras como "eu" e "política" e rejeitava as denúncias contra os concorrentes antes mesmo de ouvi-las por inteiro. Queria, sim, propostas de governo, desde que fossem concretas, explicando o que fazer, como, com que dinheiro e com que recursos.

Segundo a socióloga Fátima Pacheco Jordão, que coordenou as pesquisas qualitativas do governo Franco Montoro (1983-87) e da atual campanha de Covas, "o eleitor foi submetido a processos pedagógicos violentos, como o 'impeachment' de Collor e a CPI do Orçamento". E conclui: "Por isso, está mais racional, mais sabido, mais experimentado, do que o de 1989. Ele já fala com naturalidade, por exemplo, sobre superfaturamento, uma palavra nova no seu vocabulário".

Fátima, que é da empresa Fatos, Participação e

Jornalismo (FPJ), explica que chegou a essas conclusões através de "discussões de grupos" e "entrevistas em profundidade" - as duas principais técnicas desse tipo de pesquisa - com equipes representativas e homogêneas das classes "C", "D" e "E". Elas têm baixa escolaridade (até o antigo ginásio), baixa renda (até cinco mínimos) e são uma amostragem de cerca de 70% do eleitorado.

A primeira rodada foi ainda em outubro de 1993 - um ano antes da eleição - e demonstrou a viabilidade eleitoral de Covas para o governo de São Paulo. Ao contrário, o mesmo trabalho já deixava evidente que o perfil do ex-governador Orestes Quêrcia, do PMDB, era inadequado para qualquer eleição majoritária deste ano, fosse para a Presidência da República, fosse para o governo paulista. "Até o Covas se surpreendeu com a informação. Acho que ele não acreditou muito no início, mas a realidade con-

firmou nossa previsão", diz Fátima.

As cinco correntes convergentes das eleições, identificadas pelas pesquisas qualitativas já naquela época, eram: 1) "A corrupção no setor público é vista como responsável pela crise e inoperância dos serviços" (ou seja, o fim do "rouba mas faz"); 2) "A demanda é de honestidade associada à competência" (a ética como valor); 3) "Não há saída milagrosa nem aparecerá um salvador da pátria" (solução racional, contra mitos tipo Fernando Collor); 4) "Conscientização de que a educação formal é o melhor caminho" (antes as prioridades eram segurança, moradia, obras).

Numa segunda rodada, em fins de abril, para definir a linha dos programas de rádio e tevê, essa preferência por educação sobre pontes, viadutos, e até estradas, ficou cristalizada. "O eleitor passou a ter uma visão crítica dessas obras que têm grande visibilidade", diz Fátima, lembrando

do que um dos participantes das discussões em grupo questionou: "Eles (os políticos) superfaturam saco de cimento, mas não salário de médico".

A partir de julho, quando o real entrou em circulação, todos os grupos e entrevistas de profundidade chegaram a um mesmo ponto: "A reação era imediatamente positiva ao plano e negativa diante de qualquer crítica". Ou seja: "Houve uma automática articulação consumidor-eleitor. Eles, enfim, se encontraram em 1994".

Para a socióloga paulista, formada na USP, "os eleitores brasileiros estão se aperfeiçoando e esse processo continuará nas próximas eleições, a não ser que haja um novo colapso de expectativas como houve com Collor". E explica: "Colapso de expectativa seria, por exemplo, o real dar errado, a inflação disparar e a economia voltar ao estado de crise". Coisas, como faz questão de frisar, nas quais não acredita.