

Carolina de Paula  
João Feres Júnior  
(Organizadores)

**ELEIÇÕES 2018 E A CRISE DA  
DEMOCRACIA BRASILEIRA**

*Appris*  
editora

### OPINIÃO PÚBLICA E CAMPANHA ELEITORAL

Durante mais de 20 anos acompanhar as eleições presidenciais no Brasil foi um exercício entediante. Apesar de alguns analistas vaticinarem o aparecimento de terceiras vias, a rivalidade PSDB vs PT sempre prevaleceu. Eram eleições previsíveis. Em 2018, a campanha foi marcada pela incerteza. A indefinição da Justiça quanto à candidatura do ex-presidente Lula tirou a principal referência para eleitores de esquerda ao mesmo tempo em que deu esperanças para vários candidatos do centro-direita de se colocar como o antiPT, o que fragmentou esse campo e confundiu o eleitor de centro-direita. Tanta indecisão à direita e à esquerda do eleitorado fez com que analistas e cientistas políticos divergissem quanto ao resultado esperado. Apenas uma coisa parecia certa para a maioria: Bolsonaro não venceria. Todos erraram.

O objetivo deste capítulo é contar um pouco da história dessa eleição marcada pelo inesperado – envolvendo até um atentado contra a vida do líder nas pesquisas – por meio de um acompanhamento da campanha eleitoral e das principais tendências da opinião pública, particularmente a partir da análise das pesquisas de intenção de voto.

O primeiro artigo analisa, na fase inicial do processo eleitoral, as expectativas dos eleitores progressistas em relação à disputa presidencial. Nessa análise a autora, por meio de grupos focais, já via a tendência de um segmento de eleitores progressistas apoiar Ciro Gomes e o medo de que o candidato mais rejeitado por eles, Bolsonaro, crescesse entre jovens, crescimento que, de fato, veio a ocorrer. O segundo analisa as mudanças no financiamento de campanha que vão definir os limites dentro dos quais os partidos deverão desenvolver suas estratégias de comunicação com o eleitor. Essas mudanças tiveram consequências importantes e surpreendentes não antecipadas pelas lideranças políticas que as levaram a cabo. Os partidos que receberam mais recursos (financeiros e tempo na TV) acabaram tendo desempenho eleitoral pífio. No entanto o equilíbrio a favor das mulheres apontado pela autora realmente ocorreu e houve um número recorde de eleições de deputadas federais.

Os cinco textos que se seguem fazem um resumo das campanhas para a presidência e para o governo do estado do Rio de Janeiro no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). É interessante que desde o início da campanha para presidente alguns dos candidatos mais bem posicionados nas pesquisas (Marina e Alckmin) já se colocam contra Bolsonaro enquanto Ciro, e até certo ponto a própria Marina, colocam-se como alternativa à polarização que marcou a disputa presidencial nas últimas eleições. Inúmeros outros candidatos que se lançaram na contenda, quase todos com pouquíssimo tempo no horário eleitoral, também reivindicaram a marca da novidade. Na disputa fluminense é curioso que Wilson Witzel (PSC), o candidato que viria a ser eleito Governador, optou por não exibir propaganda eleitoral na primeira semana de campanha na TV. Em seguida, sua campanha vai “grudar” na campanha de Bolsonaro, o que pode explicar, em parte, sua vitória.

O penúltimo texto destaca os principais aspectos da propaganda presidencial durante o primeiro turno como um todo, mostrando que os meios tradicionais de se fazer campanha não foram eficazes nesse pleito e sugerindo que isso ocorreu pela importância que as mídias digitais passaram a ter na persuasão eleitoral. A autora também chama a atenção para a permanente tentativa de vários candidatos de tirar de Bolsonaro a posição de “antiPT” assim como o esforço de vários candidatos em obter o voto feminino, que se mostrava indeciso e hostil ao candidato do PSL.

O texto final analisa as intenções de voto nos momentos finais da campanha para a presidência, apontando resultado confirmado pelas urnas. Os autores contestam a tese de uma crescente polarização em que tanto a esquerda quanto a direita estariam cada vez mais afastadas do centro. Mostram que só pode se falar em polarização na disputa presidencial e só com relação à direita. Enquanto os eleitores de esquerda deram poucos votos a partidos extremistas, os eleitores de direita teriam evitado partidos tradicionais e apoiado em massa um partido de extrema-direita. É o que chamam de implosão da centro-direita.

*Argelina Figueiredo  
Fernando Guarnieri*

do Rio de Janeiro ao longo de sua gestão, buscando reforçar a imagem de político com experiência para enfrentar os desafios do governo do Rio de Janeiro. São apresentadas as suas propostas para a educação, para o transporte, para a geração de emprego, para a saúde e para a segurança. A crise no Rio de Janeiro é citada e o candidato estabelece sua agenda a partir das medidas a serem tomadas para superar os problemas do estado.

Índio da Costa (PSD, 40s) inicia sua semana de propaganda eleitoral criticando a gestão de Cabral e Paes e reforçando a ligação entre os dois. No entanto a agenda principal da semana continua sendo o problema da segurança pública. O tom da campanha é dado pela afirmação de que o governo do candidato terá um lado, “o lado das famílias, da lei e das polícias”.

Com apenas quatro segundos de propaganda, Dayse Oliveira (PSTU) apenas apresenta seu nome e número de campanha e Marcelo Trindade (Novo) apenas critica a “velha política” pelo pouco tempo na TV. André Monteiro (PRTB, 5s) também só se apresenta e convida o eleitor a conhecer suas ideias.

Wilson Witzel (PSC, 27s) declara a sua intenção de “pegar o Rio de Janeiro de volta”, critica o ataque ao candidato Jair Bolsonaro e fala sobre sua atuação na saúde como juiz federal e suas propostas para a área nessa eleição.

Luiz Eugênio (PCO, 4s) optou por não exibir programas eleitorais.

## **5.5 RESUMO DO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO DE PROPAGANDA ELEITORAL (HGPE) – 3ª SEMANA (17/9/2018 A 22/9/2018)**

*Cynthia Cunha*

*Presidente (18/09 – 20/09 – 22/09)*

Faltando menos da metade para o primeiro turno das eleições, Alckmin se posiciona de maneira mais contundente em relação a seus potenciais adversários. Já os debates dos eleitores sobre a questão das mulheres também parece influenciar a propaganda de alguns candidatos, que inserem o tema nas propagandas, buscando reafirmar o compromisso com a igualdade entre homens e mulheres.

Marina Silva (Rede, 21s) inicia a terceira semana de campanha afirmando o seu foco na educação de qualidade para todos, em particular para as

crianças de zero a seis anos. Ao longo da semana, a candidata reafirma esse foco, citando o seu plano “Vida Digna”, que pretende aumentar o número de vagas em creches e melhorar o SUS. A última propaganda da semana discute a questão da luta das mulheres no Brasil.

Henrique Meirelles (MDB, 1min55s) reforça a mensagem de que não vai fazer promessas, mas se compromete a melhorar a economia. Ele tenta se afastar da imagem de político demagogo que promete mentiras, com o discurso de que sempre trabalhou quando chamado para resolver os problemas do país. Em todas as propagandas dessa semana, o candidato busca reforçar a imagem de gestor, citando exemplos da sua trajetória como economista e de candidato ficha-limpa. Ao longo dos dias, o candidato mobiliza o discurso de que é a opção mais confiável para recuperar a economia, destruída pelos governos anteriores. Permanece a ausência de menção direta ao presidente Michel Temer ou ao seu partido e o candidato não deixa claro que é o candidato do governo.

Geraldo Alckmin (PSDB, 5min32s) começa a semana mais combativo e se posiciona como a alternativa à polarização política. O candidato critica, de um lado, a “turma de vermelho”, que argumenta ter sido responsável pela crise atual do país, e, de outro, a “turma da revolta, da intolerância e do ódio a tudo e a todos”, destacando a falta de apoio político e de preparo de Jair Bolsonaro. O candidato se posiciona como tendo experiência para enfrentar os problemas do país e relembra sua trajetória como governador de São Paulo. Ao longo da semana, ele reforça seus alvos: da mesma forma que critica a falta de competência de Bolsonaro em relação à economia, critica também os governos anteriores do PT. Alckmin retoma também a situação da Venezuela, deixando implícito na mensagem uma suposta proximidade entre Bolsonaro e Lula com o ditador Hugo Chávez e, assim, apelando para o receio do eleitor em ver o Brasil enfrentar os mesmos problemas. O foco da campanha consiste em se colocar como candidato contrário ao radicalismo.

Fernando Haddad (PT, 2min23s) ainda mobiliza em grande medida o apoio do ex-presidente Lula a sua candidatura, com discursos de Lula elogiando o candidato em todas as propagandas. Ao longo da semana, a campanha foca na trajetória de Fernando Haddad, em especial a sua atuação como ministro da Educação. Discute também temas como emprego e aumento do salário mínimo. A memória de Lula na campanha ainda é forte. Destaca-se no discurso a mensagem de que Haddad representaria o

retorno ao passado de prosperidade dos governos de Lula. A candidata a vice, Manuela D'Ávila, do PCdoB, também aparece nessa semana, reforçando a mensagem de igualdade entre mulheres e homens.

Ciro Gomes (PDT, 38s), novamente, apresenta sua biografia e se coloca como um candidato ficha limpa. Ele apresenta suas propostas para melhorar a economia, para reduzir o endividamento das famílias, limpando o nome dos cidadãos do SPC, e para a educação e saúde. O candidato aproveita seu pouco tempo na televisão para detalhar essas propostas, com destaque para esclarecimentos sobre o plano de acabar com o endividamento dos cidadãos.

Guilherme Boulos (PSOL, 13s) utiliza seu pouco tempo de propaganda para criticar a distribuição desigual de tempo de campanha na televisão e convidar o eleitor a conhecer suas propostas por meio de conversas ao vivo em sua página nas redes sociais. O candidato também se posiciona como alternativa para enfrentar o sistema político atual, criticando a política tradicional do “toma lá, dá cá”.

Jair Bolsonaro (PSL, 8s) repete a campanha da semana anterior com a frase “Não vão conseguir parar a força de um Brasil que quer mudar. A esperança está mais viva do que nunca”, em referência ao ataque sofrido pelo candidato como uma suposta tentativa de barrar a mudança.

Álvaro Dias (Podemos, 40s) permanece com o mote de campanha “Abre o olho”, colocando-se como o candidato que pretende cortar os privilégios dos políticos, cortar o número de ministérios e prender os políticos corruptos. O candidato usa seu tempo para reforçar o seu foco no combate à corrupção e no combate à violência nas ruas.

Os candidatos Cabo Daciolo (Patriota), Eymael (PDC), João Amoêdo (Novo), João Goulart Filho (PPL) e Vera Lúcia (PSTU), por conta do reduzido tempo de propaganda, conseguem apenas dizer seu mote principal da campanha e pedir o voto.

Cabo Daciolo (8s) mantém a mesma propaganda, com o slogan “Glória a Deus. Chega de escravidão. Chega de corrupção”.

O candidato Eymael (8s) usa seu tempo para defender o que chama de democracia cristã e apresentar sua proposta de financiamento de 100% da casa própria.

João Amoêdo (7s) mantém a defesa de que a mudança não virá dos políticos tradicionais e pede que o eleitor vote considerando o candidato que acha melhor, ao invés de votar com medo.

Já o candidato João Goulart Filho (7s) repete a propaganda das últimas semanas, com o slogan “Quem gosta do Brasil, vota nele!”.

Por fim, Vera Lúcia (7s) defende um basta ao desemprego, convida o eleitor para conversar nas redes sociais sobre racismo e exploração e argumenta que “a dívida pública é o maior roubo do Brasil”. A necessidade de rebelião é a mensagem principal de sua propaganda.

*Governador do estado do Rio de Janeiro (17/09 – 19/09 – 21/09)*

Romário (Podemos, 44s), na terceira semana de propaganda eleitoral, discute os problemas enfrentados pelo estado do Rio de Janeiro. O candidato apresenta suas propostas de combate à corrupção no Rio, com auditoria de contratos e corte de cargos comissionados; de pagamento dos salários dos servidores em dia; e de melhoria da saúde, educação e segurança pública.

Márcia Tiburi (PT, 1min22s) inicia a semana relatando sua trajetória pessoal e sua ligação com a luta das mulheres e das minorias. Ao longo da semana, a candidata retoma sua relação com o ex-presidente Lula e o candidato a presidente do PT, Fernando Haddad. A candidata toca, ainda, nos problemas da crise econômica e do desemprego no estado.

Anthony Garotinho (PRP, 32s) permanece com o foco em sua trajetória política, apresentando sua atuação para recuperar o Rio de Janeiro da crise, quando assumiu o governo do estado, em 1998.

Pedro Fernandes (PDT, 58s) mantém o mesmo foco na terceira semana. O candidato se apresenta como oportunidade de mudança e defende o fim da corrupção e dos privilégios dos políticos. Ele se coloca como representante de Brizola e de seu partido, o PDT. Ciro Gomes, candidato a presidente pelo PDT, aparece na campanha apoiando-o e defendendo a bandeira da mudança. O candidato apresenta seus planos de redução da burocracia, de aumento de incentivos para pequenas e médias empresas, de redução de impostos, de geração de emprego e renda no estado, de investimento de recursos na educação e de investimento na inteligência das polícias.

Tarcísio Motta (PSOL, 8s), na terceira semana, mantém o foco no esclarecimento de suas propostas para o estado. O candidato detalha seus projetos para a educação, com maior investimento em professores e funcionários, garantia do ensino integral e valorização do ensino superior. Para a segurança, o candidato defende o uso de mais inteligência e menos

confronto, combatendo o tráfico de armas. Na saúde, o candidato pretende reorganizar o atendimento para acabar com as filas, combater doenças como sarampo e dengue e focar na prevenção. O candidato foca, ainda, na distribuição de renda e geração de empregos.

Eduardo Paes (Democratas, 3min43s) continua lembrando o eleitor das políticas adotadas na prefeitura do Rio de Janeiro ao longo de sua gestão, buscando reforçar a imagem de político com experiência para enfrentar os desafios do governo do Rio de Janeiro. O BRT, a revitalização da zona portuária, obras de infraestrutura e criação do bilhete único carioca são exemplos de ações apresentadas em sua propaganda. São apresentadas as suas propostas para a educação, para o transporte, para a geração de emprego, para a saúde, para a segurança e para a juventude.

Índio da Costa (PSD, 40s), na terceira semana, apresenta sua trajetória política e busca reforçar sua imagem de pai de família. A agenda do combate à corrupção e de limpeza da polícia é central na propaganda da semana. Ainda, Índio declara seu apoio ao candidato a presidente Jair Bolsonaro.

Com apenas quatro segundos de propaganda, Dayse Oliveira (PSTU) apenas apresenta seu nome e número de campanha. Já Marcelo Trindade (Novo) somente critica a “velha política”, pelo pouco tempo na TV. André Monteiro (PRTB, 5s) também só se apresenta e convida o eleitor a conhecer suas ideias.

Wilson Witzel (PSC, 27s) busca destacar sua trajetória como juiz federal com o slogan: “Mudando o Rio com juízo”. O candidato ressalta os valores da família e da ética. Já em relação à apresentação de propostas, o candidato foca na educação.

Luiz Eugênio (PCO, 4s) não exibiu programas eleitorais.

## **5.6 RESUMO DO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO – 4ª SEMANA (25/9 A 29/9/2018)**

*Douglas Curvelo*

*Presidente (25/09 – 27/09 – 29/09)*

Marina Silva (Rede, 21s) inicia a quarta semana clamando pela união do país e reforça o apoio de sua candidatura por nomes como André Lara Resende, Eduardo Jorge e Ricardo Paes de Barros. Ao longo da semana, a