
Um jeito novo de fazer política: O caso das eleições municipais de Londrina

Regina Célia Escudero César¹
Maristela r. de A. Jurkevicz²
Maria Amélia Miranda Pirollo³
Ivone Guerreiro di Chiara⁴
Nádina Aparecida Moreno⁵
José Carlos Dalmas⁶
Carlos Antonio Patrizzi⁷
Henrique Codato⁸

Resumo

Estudo tendo como finalidade mostrar a validade da aplicação simultânea dos métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa de opinião. A técnica qualitativa selecionada foi o grupo de discussão sobre as eleições para prefeito municipal de Londrina/PR, realizadas no ano de 2000, que tinha como objetivos caracterizar o perfil do candidato ideal a prefeito de Londrina, e verificar a influência da mídia na escolha dos candidatos. Quanto à técnica quantitativa, utilizou-se dos dados estatísticos relativos às eleições e aferidos pelos principais institutos de pesquisa da cidade, buscando-se com isto testar os resultados qualitativos e compará-los com os dados numéricos. Os resultados dos grupos de discussão apontaram um candidato com perfil diferente daquele que vinha sendo indicado como favorito nas pesquisas eleitorais de caráter quantitativo. Realizada as eleições, o candidato eleito tinha justamente o perfil indicado pelos grupos de discussão; e os veículos de comunicação decisivos na opção de voto tinham características inovadoras em relação às utilizadas nas campanhas eleitorais, convencionais, privilegiando a comunicação interpessoal e o debate.

PALAVRAS-CHAVE: Pesquisa de Opinião, Eleições Municipais, Métodos de Pesquisa

A NEW WAY TO MAKE POLITICS: THE CASE OF MUNICIPAL ELECTIONS IN LONDRINA

Abstract

Study of municipal mayor elections in Londrina/PR, held in year 2000, with the purpose to show the validity of simultaneous application of qualitative and quantitative methods in public polls. The selected qualitative technique was group discussion, with the objective to identify the ideal candidate profile for the office of mayor in Londrina and to verify the influence of the media over choosing a candidate. As for the quantitative technique, statistical data related to elections and assessed by the main research institutes in the city were used. The results from the discussion groups led to a candidate profile different from that of the candidate who was being seen as the favorite in the electoral researches made quantitatively. After the elections, the elected candidate had a profile as indicated by the discussion groups; the means of communication, effective in the vote's option, had innovative characteristics in relation to those used in the election campaigns, favoring interpersonal communication and debate.

Key words: Opinion Poll, Municipal Elections, Research Methods

¹ Professora do Depto. de Comunicação da UEL e coordenadora do projeto de pesquisa cadastrado no CNPq (CPG n.376.541/97) “A pesquisa de opinião como método de investigação em Relações Públicas”. ecesar@sercomtel.com.br.

² Professora do Depto. de Comunicação da UEL e pesquisadora do projeto. jurkevi@uel.br.

³ Professora do Depto. de Comunicação da UEL e pesquisadora do projeto. mapirollo@terra.com.br.

⁴ Professora do Depto. de Ciências da Informação da UEL e pesquisadora do projeto. guerdichiara@uol.com.br.

⁵ Professora do Depto. de Ciências da Informação da UEL e pesquisadora do projeto. nadina@sercomtel.com.br.

⁶ Professor do Departamento de Matemática Aplicada da UEL e pesquisador do projeto. jcdalmas@aol.com.

⁷ Ex-aluno do Curso de Relações Públicas da UEL e ex-bolsista do CNPq. conversecomcarlos@hotmail.com.

⁸ Ex-aluno do Curso de Relações Públicas da UEL e ex-bolsista do CNPq. picega@hotmail.com.

INTRODUÇÃO

Os resultados das últimas eleições municipais de Londrina surpreenderam a população que, de certa forma, já havia se acostumado a ver no poder segmentos políticos que se perpetuavam, utilizando-se das tradicionais estratégias “eleitoreiras” e não do debate político. Entretanto, candidatos mais experientes foram derrotados por aqueles que adotaram uma nova forma de fazer política.

Como parte do projeto “A pesquisa de opinião como método de investigação em Relações Públicas” (PIROLO et al., 1997), realizado por um grupo multidisciplinar de pesquisadores da Universidade Estadual de Londrina (UEL), desenvolvemos um trabalho de investigação social nessa cidade, no segundo semestre de 2000, visando captar junto à população qual era a sua expectativa quanto ao futuro prefeito da cidade. Para a execução do trabalho de campo desta pesquisa, recorremos à técnica de grupo de discussão (*focus group* ou grupo de foco) aplicada junto a representantes de diferentes setores da sociedade civil. O uso dessa técnica possibilitou a identificação do perfil do candidato ideal ao cargo de prefeito do município, diferente do daqueles candidatos que lideravam as pesquisas eleitorais de caráter quantitativo, realizadas pelos institutos da cidade. Entretanto, ao final das eleições, o resultado das urnas ratificou o que nossas pesquisas vinham aferindo de modo qualitativo.

Esse resultado validou a utilização da técnica de grupo de discussão e conferiu às pesquisas qualitativas a sua real importância como método, ou seja, aquele que é capaz de aferir a opinião pública na sua forma mais ampla e conhecê-la nos seus desejos e justificativas mais profundos.

Quando o método qualitativo é utilizado dentro de uma perspectiva dialética, o pesquisador consegue compreender e situar o fenômeno no seu contexto histórico, social, cultural e econômico. É capaz de perceber as suas contradições e identificar as situações que, na dinâmica social, possibilitam a renovação da sociedade. E ainda, quando este método é complementado pelo método quantitativo, as contradições são evidenciadas e o pesquisador pode compreender suas interferências sobre a realidade.

Este estudo é uma continuidade de outros realizados anteriormente, dentro do projeto já mencionado, que procuraram mostrar a necessidade da complementaridade no uso dos métodos qualitativos e quantitativos nas pesquisas de opinião, fundamentando-se nos pressupostos da “Escola de Chicago” (HAGUETTE, 1997; GOLDENBERG, 1997), os quais apontam para a integração dos métodos como justificativa para o entendimento mais aprofundado da sociedade complexa em que vivemos. Esta visão baseia-se no pressuposto de que o pesquisador, independente de sua opção metodológica, recorre a diferentes abordagens para dar maior abrangência à compreensão da realidade. Segundo Demo (2000), esta concepção é fruto de um amadurecimento teórico daquilo que ele denomina de “antimetodologia”, que possibilita a obtenção de novos conhecimentos e rumos.

A literatura e a prática de pesquisa apontam diferentes orientações com relação à ordem de utilização dos métodos qualitativos e quantitativos.

Alguns institutos de pesquisa e determinados autores optam por realizar primeiramente a pesquisa qualitativa para verificar cenários e tendências e, posteriormente, a quantitativa para ampliar o universo da pesquisa. No entanto, alguns autores (FIGUEIREDO, 1994) defendem a ordem inversa, ou seja, inicialmente usar um estudo quantitativo para o mapeamento da realidade e depois o qualitativo para aprofundamento dos resultados.

Nas pesquisas já desenvolvidas por este grupo foram testados os dois procedimentos. Em estudo anterior (DI CHIARA et al., 1998) a abordagem quantitativa foi utilizada antes da qualitativa. Especificamente nas eleições municipais de Londrina, objeto de estudo deste trabalho, optamos por verificar as tendências por meio de estudos qualitativos e compará-las, posteriormente, com os resultados quantitativos publicados pelos institutos de pesquisa da cidade. As tendências levantadas por nós na fase qualitativa foram confirmadas com a divulgação dos resultados finais das eleições pelos órgãos competentes.

METODOLOGIA

O estudo das eleições municipais de Londrina foi realizado em três etapas distintas:

A primeira teve como objetivo geral caracterizar o perfil do candidato a prefeito de Londrina, sob o ponto de vista das lideranças comunitárias da cidade e, como objetivos específicos, identificar os líderes representativos dos membros da comunidade e testar a técnica do grupo de discussão no levantamento da opinião pública.

Na segunda etapa buscamos testar os resultados qualitativos obtidos no grupo de discussão e compará-los com os quantitativos fornecidos pelos institutos de pesquisa e aferidos pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral).

E a última etapa teve como principal objetivo verificar as razões que levaram os eleitores das zonas sul e oeste a optar pelos candidatos eleitos para concorrerem no segundo turno ao cargo de prefeito de Londrina. Como objetivos específicos, procuramos apontar a influência da mídia na escolha dos mais votados e avaliar as estratégias de campanha utilizadas.

Dividimos a cidade em regiões: norte, sul, leste, oeste e centro, em razão das suas participações distintas na dinâmica política do município. A região norte caracteriza-se pela parcialidade na sua opção política já conhecida pela população londrinense, e a leste pela sua apatia no processo político. Nesse sentido, a participação destas regiões representaria um viés na discussão do grupo, uma vez que não possibilitaria um aprofundamento das informações em debate.

No centro da cidade não pôde ser incluído na pesquisa pela dificuldade de identificar as lideranças e devido à sua falta de mobilização comunitária.

A região sul define-se por uma efetiva contribuição política, uma vez que tem uma forte organização comunitária reconhecida pela comunidade londrinense. Já a região oeste também se distingue pela sua participação popular, apesar de apresentar uma atuação de menor intensidade em relação à região sul.

Em face do exposto, na seqüência, selecionamos duas regiões para o estudo: a sul e a oeste. Portanto, o principal critério para a escolha dessas regiões entre as demais foi o engajamento político dessas comunidades.

Na seleção dos sujeitos para participar da pesquisa procuramos inicialmente os líderes for-

mais das associações dos bairros para que estes nos indicassem pessoas de suas comunidades que fossem representativas. Essas pessoas deveriam ter opiniões consistentes a respeito das temáticas públicas que envolviam também a sociedade londrinense: educação, saúde, transporte, moradia e segurança. O procedimento usado para a seleção da amostra foi, dessa forma, intencional.

Para identificar as lideranças, visitamos instituições e agentes da comunidade que pudessem apontar nomes de pessoas consideradas representativas para a região.

Na execução dessa tarefa, nos dividimos em dois grupos: o primeiro procurou contatar a assistente social da prefeitura municipal de Londrina responsável pelas regiões sul e oeste do município; já o segundo responsabilizou-se por dialogar com instituições dessas regiões, entre as quais associações de bairros, hospitais e outras organizações de mobilização coletiva das comunidades.

Quando iniciamos os contatos com esses líderes, orientamo-nos pelos seguintes aspectos: explicar o objetivo do contato; conhecer suas atividades para verificar a credibilidade da indicação; e, por fim, convidá-los, ao mesmo tempo em que solicitávamos a indicação de outros agentes comunitários, para participação posterior deste sujeito no referido estudo.

Desse modo, pudemos identificar várias lideranças formais e informais, algumas cujos nomes nem constavam na lista inicial, mas que repetidas vezes foram mencionadas como líderes de opinião pelas pessoas abordadas.

A amostra selecionada por este procedimento era constituída de lideranças engajadas em causas diversas de caráter social, portanto homogêneas no seu envolvimento político, e representativas de diversos segmentos sociais: donas de casa, idosos, professores e profissionais liberais, entre outros.

Os critérios utilizados para a seleção desses participantes foram similares ao processo de formação de públicos em Relações Públicas, ou seja: grupo de pessoas com informações e conhecimentos a respeito de assuntos polêmicos em debate e dispostas a discutí-los.

Vale ressaltar que uma das maiores preocupações no uso desta técnica na área de Relações Públicas, de acordo com os objetivos do projeto,

era testar e verificar a validade desta técnica no processo de formação de públicos e identificação da opinião pública.

A partir do estabelecimento dos critérios de seleção, convidamos 20 pessoas de cada região incluída no estudo para participar da primeira e segunda etapa da pesquisa realizada antes e depois das eleições. Nem todos os convidados puderam comparecer, mas a técnica pôde ser aplicada antes e após as eleições.

A contribuição desse grupo na discussão foi relevante, permitindo o alcance dos objetivos propostos. Salientamos que esse tipo de técnica é originário da psicanálise, bastante explorado na área de *marketing* em pesquisas de mercado, nas quais o estímulo à participação é dado por meio de prêmios e até mesmos pagamentos. No caso específico deste estudo, a adesão à discussão foi espontânea e não-estimulada.

TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

Qualitativa

O grupo de discussão ou de foco é definido como uma técnica qualitativa envolvendo entrevistas repetidas com pequenos grupos de oito a 12 pessoas, visando a identificação da opinião do grupo sobre o objeto de estudo. (WIDDOWS et al., 1999)

Oliveira & Freitas (1998) consideram o grupo de foco um tipo de entrevista em profundidade realizada em grupo, cujas reuniões apresentam características similares quanto à proposta, tamanho, composição e procedimentos na condução dessas reuniões.

De acordo com esses autores, para a realização de uma investigação utilizando-se o grupo de foco sugerem-se três etapas. A primeira é o planejamento – nesta fase (KRUEGER, 1994) recomenda-se a elaboração de questões como: Por quê o estudo? Que informações deverão ser obtidas? Para quem elas serão úteis? Como localizar os participantes? Quais as categorias de participantes? Onde realizar a discussão? Quais as questões que serão feitas? Quem deverá conduzir a discussão? As respostas a essas questões nortearão o planejamento para o desenvolvimento do grupo de discussão.

Para a condução das entrevistas deve-se eleger um moderador que pode ser um participante da pesquisa ou não, o qual tem por função fazer a discussão do grupo progredir, tendo o cuidado para não emitir comentários diretivos, controlando os tópicos a serem deliberados e a dinâmica do debate.

O moderador pode ser auxiliado por observadores que contribuem fazendo anotações sobre o conteúdo das discussões e expressões verbais e não-verbais, entre outras.

Como última etapa, temos a análise dos dados obtidos, que deverá ser sistemática, verificável e centrada no assunto do objeto de pesquisa.

Ainda segundo a concepção de Oliveira & Freitas (1998), o grupo de foco é indicado para nortear e dar um referencial à investigação ou à ação em novos campos, gerar hipóteses baseadas na percepção dos informantes, avaliar diferentes situações de pesquisa ou populações de estudo, desenvolver planos de entrevistas e questionários, fornecer interpretação dos resultados dos participantes com base em estudos iniciais e gerar informações adicionais a um estudo em larga escala.

Os grupos de foco têm pontos fracos e fortes. Os benefícios incluem o fato de que os participantes tendem a fornecer informações “indiscretas”, a técnica é menos onerosa e todo o processo pode ser desenvolvido rapidamente. A maior desvantagem da pesquisa realizada por meio do grupo de foco é que os dados obtidos não podem ser facilmente generalizados para uma população maior.

Quantitativa

Em consonância com a proposta do projeto, procedemos também ao acompanhamento e avaliação dos dados estatísticos relativos às eleições aferidos por alguns dos maiores institutos de pesquisa da cidade: Pesquisa Folha e Canadá Pesquisa, e que foram amplamente divulgados pela mídia local.

Durante o primeiro turno acompanhamos as pesquisas divulgadas no período de 22/08 a 28/09/2000. O primeiro turno das eleições ocorreu no dia 01/10/2000.

No segundo turno acompanhamos igualmente a divulgação das pesquisas no período de 09 a 27/10 do referido ano. As eleições ocorreram em 29 de outubro de 2000.

Ainda visando subsidiar essa avaliação quantitativa, buscamos junto ao TSE – Tribunal Superior Eleitoral - a apuração oficial dos votos nas zonas e seções correspondentes às regiões objeto de estudo: sul e oeste.

A obtenção destas informações apresentou dificuldades, pois as zonas eleitorais agrupavam seções que não correspondiam às regiões em estudo. Assim, foi necessário um trabalho adicional no banco de dados visando a seleção das regiões sul e oeste que foram reunidas, de modo a fornecer os resultados por zonas eleitorais. A adoção desse procedimento permitiu visualização mais adequada da situação analisada.

ANÁLISE DE RESULTADOS

Nas eleições para prefeito de Londrina no ano de 2000, participaram do pleito cinco candidatos, cujos resultados foram os seguintes:

TABELA 1 – Distribuição dos votos no 1º turno

Classificação	Candidato	Partido	Votos obtidos Quantidade	Porcentagem
1º	Nedson Micheletti	PT	64.705	27,24
2º	Homero Barbosa Neto	PDT	64.470	27,17
3º	Luiz Carlos Hauy	PSDB	55.015	23,10
4º	Luiz Eduardo Cheida	PMDB	41.986	17,87
5º	Farage Khori	PFL	10.955	4,62
Total			237.131	100

Primeira etapa: caracterização do perfil do candidato à prefeito de Londrina

Os resultados que emergiram da primeira etapa do grupo de discussão identificaram um candidato com perfil de esquerda, na medida em que ele deveria ter como prioridade de campanha o atendimento às demandas sociais que os últimos governos têm repassado à iniciativa privada, como é o caso da educação, saúde, moradia, transporte e segurança, entre outras. Essas questões representam prioridades para as populações excluídas econômica e socialmente.

O que se vinha observando nos últimos anos era o desmantelamento dos serviços essenciais à população. Os governos eximem-se, cada vez mais,

das suas responsabilidades para com as necessidades básicas das comunidades, e a sociedade aos poucos está conscientizando-se desta omissão do Estado.

Londrina é a terceira maior cidade da Região Sul do país, região considerada economicamente privilegiada. No entanto, apresenta bolsões de miséria, conforme pesquisa divulgada por Elorza (2001).

No momento em que se realizava este grupo de discussão (segundo semestre de 2000) a sociedade civil mobilizava-se em torno de denúncias contra a administração pública municipal, na época liderada por um político populista, eleito por três vezes prefeito de Londrina e que sempre contou com o apoio incondicional das classes populares.

Assim, os resultados obtidos com esta estratégia revelaram uma mudança de posicionamento, uma vez que havia clara rejeição às propostas demagógicas e utópicas apresentadas por alguns dos candidatos. É nesse contexto que emerge do grupo um perfil de candidato mais comprometido com as causas sociais, priorizando a educação como passaporte essencial para a formação da cidadania e para o desenvolvimento econômico e social.

Um outro resultado que merece destaque é o fato do grupo conhecer as limitações para a implementação de mudanças drásticas nas questões sociais, não dando créditos às promessas de alguns candidatos por considerá-las inviáveis: “escolas em tempo integral em cada zona da cidade”; “100% das crianças nas escolas sem superlotação e sem filas nas matrículas”; e “escolas próximas às residências”, entre outras. Já na área de saúde, as promessas rejeitadas giravam em torno de: “saúde é prioridade no nosso governo”; “os postos de saúde vão ter médicos e enfermeiros suficientes para atender à população”, “farmácia do povo” e outras similares.

Os candidatos mais alinhados à esquerda apresentavam propostas como a manutenção e

ampliação do “médico da família”, projeto que já vinha dando resultados positivos em alguns municípios do país, Londrina incluída. Esse programa sugeria uma ação menos arrojada, mas vista pela população como mais realista.

Os grupos de discussão tiveram como viés a reduzida participação masculina, o que delimitou o debate em torno de questões ligadas ao universo feminino, tais como: falta de creches, necessidade de escolas profissionalizantes e melhor qualificação do quadro de mulheres que atuam nas escolas. Na visão das participantes, essas mulheres representam maioria no quadro funcional das escolas e têm dupla jornada de trabalho, provocando desmotivação e perda na qualidade do ensino.

No transcorrer das discussões percebemos que as lideranças comunitárias tinham opiniões fundamentadas em dados concretos, o que demonstrava conhecimento de causa. Citaram como viáveis as propostas de escolas com contra-turnos e bolsas-escola, bem como a qualificação do quadro docente das escolas municipais.

Segunda etapa: análise comparativa dos resultados quantitativos e qualitativos

Na comparação dos dados qualitativos obtidos junto aos grupos de discussão com os resultados quantitativos divulgados pelos institutos de pesquisa, constatamos uma evolução que evidenciou que os dados qualitativos apurados conseguiram captar as tendências da opinião pública londrinense de maneira muito mais precisa (Tabelas 2 e 3).

Verificamos na análise quantitativa que, desde o início da campanha eleitoral, o candidato do PSDB, Luiz Carlos Hauly, apareceu liderando as pesquisas de intenção de voto.

O número de prováveis eleitores que confiavam seus votos nesse candidato oscilou entre 23,3% e 26,1%, durante a campanha (Tabela 2).

O candidato Luiz Carlos Hauly assumia, no início, uma postura de vencedor e foi duramente criticado pelos outros candidatos por estar vinculado ao Governo Federal, situação que desgastou sua imagem junto ao eleitorado londrinense, insatisfeito com o governo Fernando Henrique Cardoso, aumentando assim o seu índice de rejeição de 11,9% para 30,1%. Por esses fatores, provavelmente,

Luiz Carlos Hauly não conseguiu o número de votos suficientes para chegar ao segundo turno. Ele obteve 55.015 votos, ou seja, 23,10%, de eleitores favoráveis à sua campanha, quantidade insuficiente para levá-lo à segunda fase do processo eleitoral.

O candidato Homero Barbosa Neto manteve-se durante toda a disputa em segundo lugar nas pesquisas, oscilando de 13,8% a 19,7%. Entretanto, às vésperas das eleições, seu índice de intenção de votos aumentou, alcançando 19,7%. O perfil de Homero Barbosa Neto era apontado como populista e seu discurso era associado ao do ex-prefeito Antonio Belinati, que teve seu mandato caçado devido ao desvio de verbas públicas. Essas características eram ainda mais perceptíveis pelo fato de seu candidato a vice-prefeito, Assad Janani, ter trabalhado em um cargo de confiança na administração Belinati. A essa situação, alia-se o fato que em inúmeras oportunidades, esse candidato apresentou propostas inviáveis, o que pode ter contribuído para o seu alto índice de rejeição, chegando a 20%. Apesar desses fatores adversos Barbosa Neto não tinha passado político, era o candidato mais jovem, de boa aparência e muito conhecido pela população por apresentar programas de TV e rádio. Assim, os votos que o candidato obteve no primeiro turno foram de 64.470, ou 27,17% dos votos de Londrina, alcançando o segundo lugar e indo para o segundo turno das eleições.

Em relação ao candidato Luiz Eduardo Cheida, suas intenções de voto variavam de 12,9% a 14,4%. Luiz Eduardo Cheida, juntamente com o candidato do PT, Nedson Micheletti, possuíam propostas e perfil de candidatos de esquerda. Porém, Cheida já tinha sido prefeito da cidade, tendo como características marcantes em seu mandato poucas realizações e atrasos no pagamento dos servidores públicos. A justificativa do candidato para esses entraves em sua administração foi a necessidade de promover o equilíbrio orçamentário, desfeito pela gestão anterior de Antonio Belinati. As explicações de Luiz Eduardo Cheida não surtiram os efeitos desejados, e ele terminou as eleições em quarto lugar, com 41.986 ou 17,87% de votos.

O candidato do PFL, Farage Khouri, teve poucas intenções de voto desde o início da campanha eleitoral. A principal razão para seu índice de rejeição de 16,8% deveu-se à sua ligação com o ex-prefeito cassado Antonio Belinati, que participou de alguns programas no rádio e na televisão, apoiando Khouri. Ele acreditava no populismo de Belinati para angariar votos. Entretanto, essa estratégia não atingiu os resultados esperados, e o candidato ficou na última colocação, com 4,62% de votos.

Por último, o candidato petista Nedson Micheletti, que apresentou campanha mais modesta, iniciou o processo eleitoral com inexpressivos 3,6% das intenções de voto. Alcançou, às vésperas das eleições, 14% dessas intenções e obteve no primeiro turno o correspondente a 27,24% ou 64.705 votos.

sim para aqueles candidatos que apresentavam o menor índice de rejeição (Nedson Micheletti e Luiz Eduardo Cheida), aliado ao fato desses candidatos apresentarem um perfil compatível indicado pelas lideranças na avaliação qualitativa.

Acreditamos que a migração dos votos dos eleitores indecisos para o candidato Nedson Micheletti e o fato deste apresentar o menor índice de rejeição foram os fatores determinantes para a ascensão desse candidato nas eleições municipais no primeiro turno e para a confirmação de sua vitória no segundo.

Todos os outros candidatos mantiveram-se na margem de erro dos levantamentos realizados durante a campanha eleitoral, registrando 3,5% de oscilação. Os adversários de Nedson Micheletti registraram seus mais elevados índices no início do período eleitoral, enquanto a preferência pelo candidato do PT aumentava gradativamente durante esse período.

TABELA 2 – Intenção de votos – 1º Turno - Canadá Pesquisas

Classificação	Candidatos	Partido	Periodos		
			22 a 24/07	19 e 20/08	25/09
1º	Luiz Carlos Haully	PSDB	23,6	23,3	26,1
2º	Homero Barbosa Neto	PDT	13,8	16,3	19,7
3º	Luis Eduardo Cheida	PMDB	12,9	12,8	14,4
4º	Farage Khouri	PFL	3,6	7,1	1,4
5º	Nedson Micheletti	PT	2,4	3	5,3

Fonte: Bortolim, 2000; Farage..., 2000

TABELA 3 – Índice de Rejeição dos Candidatos – 1º Turno

Classificação	Candidatos	Partido	Índice de Rejeição	
			23/08	31/08
1º	Luiz Carlos Haully	PSDB	29	30,1
2º	Homero Barbosa Neto	PDT	9	6,8
3º	Luis Eduardo Cheida	PMDB	14	12,8
4º	Farage Khouri	PFL	9	6,8
5º	Nedson Micheletti	PT	4	5,4

Fonte: Haully..., 2000; IBOPE..., 2000.

A característica mais evidente nesta nossa pesquisa de caráter qualitativo e quantitativo foi sua capacidade de prever e analisar tendências com base na captação da realidade na sua dinâmica e também em avaliação de cunho estatístico, que norteiam nossas avaliações qualitativas.

Assim, foi possível perceber que o número de eleitores indecisos poderia decidir as eleições. A migração mais provável de votos não seria para o candidato da ponta do *ranking* (Luiz Carlos Haully), devido ao seu alto índice de rejeição (30,1%) e

Cabe ressaltar que enquanto os outros candidatos confrontavam-se em busca de votos, Nedson Micheletti preocupava-se em apresentar propostas e programas de trabalho realistas e voltados às verdadeiras necessidades da população, condição relevante apresentada pela análise qualitativa feita com as lideranças de bairro das regiões oeste e sul da cidade.

No nosso entendimento, os candidatos Homero Barbosa Neto e Nedson Micheletti alcançaram o segundo turno porque representavam a renovação

daqueles valores políticos já desgastados junto à população londrinense: Nedson Micheletti tinha novas propostas e um novo jeito de fazer política, baseado na atenção e no atendimento dos anseios e propostas da população; enquanto o candidato Homero Barbosa Neto jamais tinha sido eleito para qualquer tipo de cargo público.

Outros fatores determinantes para a ascensão do candidato Nedson Micheletti foi o apoio das igrejas Evangélica e Católica e do Movimento da Moralidade criado com base nas denúncias de corrupção do antigo prefeito, fato que, aliado ao baixo índice de rejeição de Micheletti, pode ter contribuído para a migração de votos dos indecisos às vésperas das eleições.

Na transferência dos votos dos candidatos derrotados para os que disputaram o segundo turno, Nedson Micheletti recebeu a maior parte dos votos, alcançando 62,9% das intenções de voto, contra 22,4% de seu concorrente (Tabela 4).

Nas últimas pesquisas houve uma ligeira queda de Nedson Micheletti, que passou a ter 54,3% das intenções de voto contra 27,7% de Homero Barbosa Neto, sendo de 14,8% o número de indecisos (Tabela 4). Há que se ressaltar que durante a campanha no 2º turno o índice de rejeição de Nedson Michelletti teve poucas oscilações enquanto que o de Homero Barbosa Neto tendeu à elevação.

Terceira etapa: Influência da mídia nos resultados das eleições.

Nesta última etapa da pesquisa, a eleição já estava definida, pretendíamos então avaliar a influência dos veículos de comunicação de massa (rádio, TV e jornal) e dirigidos (panfletos, reuniões e comícios) utilizados pelos candidatos e sua real interferência na opção do voto do eleitor. Mais uma vez a técnica utilizada foi a qualitativa: os grupos de discussão com os mesmos sujeitos que participaram da primeira etapa da pesquisa.

TABELA 4 - Intenções de Votos por candidato – 2º Turno - Terceiro levantamento - Pesquisa Folha

Candidatos	Partido	Períodos		
		04 e 05/10	19/10	25/10
Nedson Micheletti	PT	62,9	53,8	54,3
Homero Barbosa Neto	PDT	22,4	29,7	27,7
Indecisos		11,4	14,3	14,8
Branco		1,7	0,7	1,0
Nulos		1,7	1,5	2,2

Fonte: Horta, 2000

Esta última eleição em Londrina foi marcada por um diferencial no modo de fazer as campanhas políticas pelos candidatos.

Contradizendo o habitual no contexto da política brasileira, em que altos investimentos na mídia correspondem a maior número de votos, os resultados das urnas mostraram um posicionamento inverso do eleitorado. Dessa vez, o candidato que apresentava propostas mais realistas e campanha mais modesta sem gastos ostensivos é o que foi eleito em Londrina, conforme demonstrado no Quadro 1.

QUADRO 1 – Despesas de campanha por candidato

Candidatos	Partido	Orçamento R\$
Farage Khouri	PFL	4 milhões
Homero Barbosa Neto	PDT	3 milhões
Luiz Carlos Hauly	PSDB	990 mil
Luis Eduardo Cheida	PMDB	700 mil
Nedson Micheletti	PT	325 mil
Total		9.015 milhões

Fonte: Silveira, 2000

Dentre as técnicas de comunicação aplicadas pelos candidatos, as que tiveram melhor repercussão entre as lideranças participantes do grupo de discussão foram aquelas que envolviam a apresentação e discussão das plataformas de governo, conforme características apontadas a seguir:

§ Debates na TV: a estratégia foi indicada em razão da oportunidade que o eleitor tinha de conhecer as propostas e avaliar a postura dos candidatos, seus posicionamentos, expressão corporal e facial, controle emocional, o que permitia perceber a veracidade do discurso. Aliado a isto se destaca o fato de que hoje a TV é um veículo acessível à grande parte da população brasileira;

§ Reuniões corpo-a-corpo: foi uma técnica apontada como decisiva nesta última campanha, permitindo uma maior proximidade entre o candidato e os eleitores, junto aos quais as propostas eram discutidas e complementadas com as sugestões da comunidade. O candidato, então, conhecia a realidade das regiões visitadas e adequava seu programa de governo a esta nova situação apresentada;

§ Rádios AM: por serem veículos de fácil acesso e permitir a sua utilização nos mais diversos horários e locais, em especial a Rádio Paiquerê AM, por ter grande credibilidade nestas regiões, foram também valorizadas pelo grupo.

Por outro lado, estratégias usuais nessas campanhas eleitorais, como comícios, foram definidas como uma forma de entretenimento e lazer, que permitem a concentração social, especialmente de jovens, mas que efetivamente não conquistam o eleitor.

Outros recursos de comunicação rejeitados pelos participantes do estudo foram os panfletos, destacados como instrumentos muito comuns e usados por todos os candidatos, de forma indiscriminada, os quais, por isso, foram associados à poluição, sujeira e desperdício. Já no segundo turno, quando foram usados com mais moderação, apresentando as propostas de governo, esses recursos foram considerados válidos.

Analisando o resultado parcial das zonas eleitorais selecionadas pela pesquisa – zonas oeste e sul, verificamos que o candidato mais votado foi Homero Barbosa Neto na zona oeste e Nedson Michelletti por sua vez obteve a votação mais expressiva na região sul (conforme Quadro 2). É interessante observar como os diferentes candidatos encaminharam suas campanhas nessas regiões:

QUADRO 2 - Percentual e total de votos nas regiões oeste e sul no 2º Turno

Candidato	n	%
Homero Barbosa Neto	26.366	40
Nedson Michelletti	39.573	60
Total	65.939	100

Na zona sul, o candidato Nedson Micheletti não fez comícios, mas utilizou-se com bastante frequência da técnica de reunião corpo a corpo com grupos de lideranças da comunidade. A militância teve participação fundamental na organização e desenvolvimento destas reuniões, em que as propostas eram discutidas por esse grupo com a comunidade antes do candidato estar presente, ganhando tempo para aprofundar as temáticas. O candidato ficava meia hora nas reuniões marcando presença, interagindo com o grupo e finalizando as discussões. Nessas reuniões eram usadas caixas de som colocadas nas ruas, garantindo um entretenimento que se desenvolvia com menos suntuosidade que nos comícios, mas que garantia uma proximidade maior com os participantes.

Em contrapartida, na região oeste, onde o candidato Homero Barbosa Neto foi o mais votado, o grupo de Nedson Micheletti realizou apenas uma reunião com a participação de algumas lideranças sob a coordenação de um dos três candidatos a vereador da região, provocando uma divisão interna entre os grupos políticos dos bairros. Já Homero Barbosa Neto utilizou-se do comício como veículo de comunicação, aliando a este meio o contato pessoal no dia posterior à sua realização, mediante visitas à população dos bairros.

Estamos chamando a atenção para essa forma de abordagem de comunicação – contato pessoal, visto que esta eleição foi marcada por uma redefinição das estratégias de aproximação com a população, valorizando veículos mais dirigidos e menos massivos.

Os eleitores nesses casos ganharam tratamento especializado, dirigido à formação de grupos de interesse – público em Relações Públicas – que envolviam especialmente a apresentação, discussão e aprofundamento dos assuntos públicos.

CONCLUSÃO

A contribuição maior deste “estudo de caso” sobre as eleições municipais de Londrina para a área de Relações Públicas foi a possibilidade de vislumbrar a dinâmica da opinião pública por meio de uma experiência singular de estudo.

A utilização de métodos qualitativo e quantitativo de forma integrada na observação da opinião

pública permitiu visualizá-la nas suas variações e complexidades, o que não é possível quando se usa um só método de investigação.

Num primeiro momento, fizemos uma avaliação qualitativa junto às lideranças comunitárias formadoras da opinião pública e tivemos o cuidado de selecioná-las conforme sua representatividade nas regiões pesquisadas. Este fator proporcionou aos “grupos de discussão” um nível de debate bastante próximo da realidade e coerente com os resultados obtidos nas urnas, ao contrário das previsões dos institutos de pesquisa da cidade que apontavam numa outra direção.

As pesquisas quantitativas têm esta dificuldade, qual seja, limitam-se a captar uma “fotografia da realidade” sem perceber seu movimento.

Analisando os resultados divulgados pela mídia, percebemos que os candidatos que estavam à frente das pesquisas podem ter feitos uma leitura linear da opinião pública, sem captar a mobilidade dos votos. Possivelmente, esses candidatos foram surpreendidos com os resultados definidos nas urnas.

Ao mesmo tempo, na margem de erro proposta pelos institutos da cidade (3,5%), percebemos que os candidatos mantiveram-se dentro desta margem no resultado das urnas. A única exceção foi o candidato Nedson Micheletti, até então último colocado nas pesquisas, mas com menor índice de rejeição, que deu o salto que os dados numéricos não conseguiram captar, devido à sua leitura estática da opinião pública.

Os votos dos indecisos, “ignorados” por esse método, podem ter sido decisivos para as mudanças verificadas nas urnas. Em contrapartida, as pesquisas qualitativas desenvolvidas com a técnica do “Grupo de Discussão”, conseguiram captar este movimento e, assim, percebemos que o perfil do candidato ideal para a população pesquisada estava mais próximo do candidato Nedson Micheletti. Portanto, as chances dos indecisos migrarem para este candidato eram as mais prováveis, uma vez que seu índice de rejeição era o menor.

Percebemos com isso que as Relações Públicas, por trabalharem com a opinião de públicos, conseguem avanços neste campo, compreendendo a evolução e as nuances deste fenômeno ao contrário da opinião pública que é tratada de forma massificada pela mídia em geral.

Os públicos em Relações Públicas recebem um tratamento diferenciado, desde a seleção de veículos apropriados para cada segmento, com uma linguagem adequada às suas características, até à busca do conhecimento de suas expectativas e opiniões valorizadas nas suas particularidades por esse profissional.

Nas Ciências Sociais, as pesquisas feitas por meio da integração dos métodos qualitativo e quantitativo não são algo novo, mas no campo das Relações Públicas esta forma de estudo, no contexto da análise da opinião de públicos, permite o posicionamento e valorização desse profissional diante do mercado, visto que seu diferencial na captação da opinião pública está justamente na possibilidade de conhecer as motivações das opiniões, respeitando e conhecendo o contexto em que elas são formadas.

Não se quer relegar esta discussão teórica a uma mera polêmica mercadológica sobre quem faz o quê, pois a pesquisa de opinião pública já é uma atividade desse profissional; o que se pretende é evidenciar uma postura dialética no trato da opinião pública, entendida aqui como a opinião de públicos e que deve ser compreendida e reconhecida na sua diversidade.

REFERÊNCIAS

- BARTOLIM, N. Canadá Pesquisa aponta crescimento de Nedson. *Jornal de Londrina*, Londrina, 28 set. 2000. JL-Eleições, p. 8A.
- DI CHIARA, I. G. et al. Serviço de informação com qualidade: o caso do Sistema de Bibliotecas da Universidade Estadual de Londrina. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 10, Fortaleza, 1998. Anais... Fortaleza: ABC, 1998. Disquete.
- ELORZA, T. Miséria atinge 160 mil londrinenses. *Folha de Londrina*, Londrina, 3 jun. 2001. Folha Cidade, p-5.
- DEMO, P. *Metodologia científica em ciências sociais*. São Paulo: Atlas, 2001.
- FARAGE e Barbosa apresentam crescimento. *Jornal de Londrina*, Londrina, 22 set. 2000. JL-Eleições, p. 8A.

- FIGUEIREDO, R. (org.) *A conquista do voto*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- GOLDENBERG, M. A arte de pesquisar. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- HAGUETTE, T. M. F. *Metodologias qualitativas na sociologia*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- HAULY cresce 6,8 e amplia vantagem. *Jornal de Londrina*, Londrina, 31 ago. 2000. JL-Eleições, p. 8A.
- HORTA, L. Pesquisa confirma Nedson na liderança; terceira consulta realizada pela Folha mostra que petista soma 54% das intenções de voto contra 27,7% de Barbosa em Londrina. *Folha de Londrina*, Londrina, 27 out. 2000. Política, p. 6.
- IBOPE divulga primeira pesquisa em Londrina. *Jornal de Londrina*, Londrina, 23 ago. 2000. JL-Eleições, p. 9A.
- KRUEGER, R.A. *Focus Groups: a practical guide for applied research*. 2. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1994.
- OLIVEIRA, M.; FREITAS, H. Focus Group – pesquisa qualitativa: resgatando a teoria, instrumentando o seu planejamento. *Revista Administração*, São Paulo, 33, (3): p. 83-91, jul/set 1998.
- PIROLO, M. A. et al. *A pesquisa de opinião como método de investigação em Relações Públicas*. Londrina. Projeto de pesquisa, 1997.
- SILVEIRA, F. Eleições custam cerca de R\$ 31 por eleitor: valores declarados pelos cinco candidatos correspondem a uma folha de pagamento da Prefeitura. *Jornal de Londrina*, Londrina, 20 set. 2000. JL_Eleições, p. 8A.
- WIDDOWS, R.; HENSLER, T. A; WYNCOTT, M.H. The focus group interview: a method for assessing user's evaluation of library service. *College & Research Libraries*, Chicago, v. 52, n. 4, p. 353-359, jul. 1999.