



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA POLÍTICA
PÓS-GRADUAÇÃO EM MARKETING POLÍTICO: MÍDIA,
COMPORTAMENTO ELEITORAL E OPINIÃO PÚBLICA

CAMPANHAS ELEITORAIS PARA DEPUTADOS ESTADUAIS DE OPOSIÇÃO COM BASES MUNICIPALISTAS - o planejamento da campanha do deputado Antônio Júlio, pela sua recondução ao 6º mandato eletivo na Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais.

Alexandro Franklin de Souza Nascimento

**BELO HORIZONTE
OUT./ 2010**

Alexandro Franklin de Souza Nascimento

CAMPANHAS ELEITORAIS PARA DEPUTADOS ESTADUAIS DE OPOSIÇÃO COM BASES MUNICIPALISTAS - o planejamento da campanha do deputado Antônio Júlio, pela sua recondução ao 6º mandato eletivo na Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais.

Trabalho de Conclusão do Curso de Pós Graduação em Marketing Político: Mídia, Comportamento Eleitoral e Opinião Pública, pelo Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Marketing Político.

Orientadora: Professora Doutora Helcimara Telles

**BELO HORIZONTE
OUT./ 2010**

CAMPANHAS ELEITORAIS PARA DEPUTADOS ESTADUAIS DE OPOSIÇÃO COM BASES MUNICIPALISTAS - o planejamento da campanha do deputado Antônio Júlio, pela sua recondução ao 6º mandato eletivo na Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais.

Trabalho de Conclusão do Curso de Pós Graduação em Marketing Político: Mídia, Comportamento Eleitoral e Opinião Pública, pelo Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais/UFMG, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Marketing Político.

Orientadora: Professora Doutora Helcimara Telles

**BELO HORIZONTE
OUT./ 2010**

AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos aqui manifestados são dirigidos aos que acreditaram e me incentivaram direta ou indiretamente, para a realização deste trabalho que ora se conclui:

Agradeço a Deus pelas oportunidades que me foram dadas na vida, principalmente por ter conhecido pessoas e lugares interessantes, mas também por ter vivido fases difíceis, que foram matérias-primas de aprendizado.

A minha orientadora, Professora Doutora Helcimara Telles, que tornou possível a realização deste trabalho.

Ao deputado Antônio Júlio, que tem sido exemplo de força no parlamento mineiro, cuja representação política, inspirou a realização deste trabalho.

À turma do curso de especialização em Marketing Político, pelos momentos de aprendizado, pela convivência e pelas novas amizades conquistadas.

Ao Secretário do curso Paulo Victor, pela discrição, competência e elegância com que sempre acolheu e conduziu as demandas dos alunos.

A todos os que contribuíram com suas reflexões para o desenvolvimento deste trabalho, especialmente, a colega de gabinete Ana Maria Cecílio e Professor João Márcio Leal.

A todos, muito obrigado!

RESUMO

O presente trabalho pretende demonstrar o desenvolvimento da campanha eleitoral do deputado Antônio Júlio, que almeja ser reconduzido ao 6º mandato na Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais, nas eleições 2010. Consiste na apresentação ao candidato de um planejamento estratégico que visa profissionalizar vários aspectos de sua campanha eleitoral, a fim de organizar através do marketing político e marketing eleitoral fatos relevantes de sua vida pública, que reafirmem sua identidade política, partidária, buscando associá-la às expectativas de seu eleitorado. Constatou-se que o deputado Antônio Júlio conta com uma estrutura de campanha que envolve a participação de seus principais assessores políticos, bem como de vereadores, lideranças comunitárias e a juventude de Pará de Minas, que contribuíram para seu sucesso nesta eleição.

INTRODUÇÃO

Este trabalho é o resultado de uma proposta de planejamento estratégico, apresentado ao Deputado Antônio Júlio, que busca sua recondução ao 6º mandato na Assembléia Legislativa, visando profissionalizar aspectos de sua campanha, tendo em vista garantir a sua reeleição e resgatar a sua condição de majoritário em Pará de Minas, e, ao mesmo tempo, manter a essência da sua identidade política.

Este trabalho é desenvolvido por capítulos, onde são apresentados temas relevantes do marketing político, com subseções, detalhando aspectos sobre o tema em questão.

Para a Ciência política, a interferência do marketing político na decisão do voto se dá pela associação do marketing comercial apolítico, de ajustamento do produto à demanda de mercado, ao marketing eleitoral por ajustar as campanhas na busca pelo voto.

A partir da década de 50 com a aceleração do processo de urbanização do país, o eleitorado começa a se libertar das amarras do clientelismo e da subserviência ao coronelismo. O marketing político começa, então, a ganhar força como ferramenta de racionalização das campanhas.

A partir das eleições de 1989, o marketing eleitoral é introduzido nas campanhas, e cada vez mais, as técnicas que eram restritas ao mercado empresarial começam a ser usadas no mercado eleitoral, sendo aplicada a pesquisa de opinião como forma de análise do ambiente operacional e controle das ações implementadas. Os candidatos passam a se preocupar com o seu público-alvo – os eleitores passam a ser vistos como “clientes” e não mais como alguém que os candidatos tinham apenas que fazer promessas. Assim os desejos, as necessidades e as perspectivas do eleitor, passam a ter peso, pois quanto mais conhecimento o candidato tiver dos eleitores, mais racional e organizado passa a ser seu encontro com eles.

Outro importante elemento de uma campanha eleitoral é o trabalho de influência das lideranças comunitárias dentro do contexto do mass media voltada para o agendamento de temas políticos, principalmente em campanhas proporcionais, onde a eficácia dessas lideranças se tornam peças chave para o sucesso eleitoral.

Percebe-se nesse contexto, que existe uma rede de interação entre pessoas, onde os mass medias numa eleição proporcional se torna ineficaz, transformando os formadores de opinião em peças fundamentais para uma maior interação entre candidatos e eleitores.

Porém, na teoria hipodérmica os indivíduos se encontram isolados, anônimos e separados, atomizados, sendo facilmente manipulados pelo mass media. Como nas eleições proporcionais os mass media são de pouca eficácia, a liderança local deixa de ser um indivíduo anônimo e passa a exercer sua influência na sua localidade, fazendo com que o seu carisma traga consigo uma grande gama de pessoas indecisas com seu voto.

Por sua vez, o Horário Político Eleitoral Gratuito é de fundamental importância, pois através da televisão o eleitor se informa e começa a prestar atenção nos candidatos, é quando a informação começa a circular.

A partir dessa concepção, entende-se que a interferência do marketing num dado processo político eleitoral pode se tornar uma estratégia de campanha para a compreensão da opinião pública, a partir da pesquisa eleitoral.

Quanto ao deputado estadual Antônio Júlio, o parlamentar busca a manutenção da base política já construída ao longo de seus 25 anos de vida pública, especialmente, durante seus mandatos anteriores na Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais (ALMG), bem como na renovação e a ampliação de sua base eleitoral no município de Pará de Minas.

Como se sabe Pará de Minas é o berço político do deputado Antônio Júlio, cidade na qual ele construiu sua vida pública desde a década de 80, quando foi eleito prefeito e deputado majoritário durante quatro mandatos. Para buscar o alcance da representação majoritária no município, o planejamento da campanha centrou-se nos seguintes objetivos específicos:

- Organizar a campanha em torno de uma ideia central, a partir de fatos relevantes da vida pública do deputado, que reafirmem a sua identidade política, buscando associá-la às expectativas dos eleitores;
- Reforçar aspectos positivos de sua representação parlamentar;
- Resgatar adesão de lideranças locais que se dispersaram ao longo dos 5 mandatos;
- Mobilizar os movimentos sociais, os desportistas e a juventude local;

- Aumentar a adesão de vereadores e respectivos suplentes à campanha e os correligionários em geral;
- Utilizar todos os espaços de mídia existentes, acessíveis ao eleitorado local;
- Aumentar a votação no município de Pará de Minas de 12.000 para 20.000 votos.

CAPÍTULO – I

Marketing político e Marketing Eleitoral - Cultura política, comportamento eleitoral, decisão do voto e carisma – Sistema Eleitoral de Lista Aberta no Brasil – Renovação na Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais – Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral-HGPE e formação da opinião pública

1.1. Marketing Político e Marketing Eleitoral

Campanhas eleitorais para serem bem sucedidas requerem a utilização de estratégias de marketing político, possibilitando ao candidato projetar sua imagem construída a longo prazo. O marketing eleitoral por sua vez, é de curto prazo, no qual se utilizam estratégias de comunicação em “ambientes vivos”, já existentes (Silva, 2002).

Uma das características do processo eleitoral é o marketing eleitoral, considerado por Almeida (2004), como “necessário para a atuação política em eleitores massivos”, admitindo-se, entretanto, que o eleitorado não se informa somente pela mídia.

Nesse sentido, o candidato “é o elo de ligação entre as causas públicas e o eleitor é a primeira vitrine dos partidos, das estratégias de marketing e de seus ideais. O candidato é o conteúdo, é o contexto amplo entre partido, ideologia, e sua participação na vida social”(Ibid, p.2).

A respeito da interferência do marketing político na formação da opinião pública, Kerbauy (2002), entende que a opinião pública se faz através da interação da sociedade, a partir de sua percepção das questões sociais, ou seja, dos problemas que emergem no cotidiano da sociedade.

Nesse processo, os meios de comunicação têm um papel importante, pela possibilidade de interação e comunicação social nas mediações entre o povo e os governos, podendo dessa forma, agregar a opinião pública.

Kerbauy (2002) considera ainda que a opinião pública tem um papel fundamental, pois na medida da sua informação, os cidadãos podem alterar o seu comportamento, assim como poderá haver “diferentes níveis de envolvimento e interesses da comunidade política”.

Estratégias de campanhas eleitorais também podem buscar o envolvimento do “líder de opinião”, ou seja, indivíduos da sociedade que representam uma parcela da opinião pública que procuram influenciar o resto do eleitorado, e que demonstram uma capacidade de reação e de resposta mais atentas aos acontecimentos de campanha (LAZARSELD [et al] 1944, apud Wolf, 2001).

Na concepção de Wolf (2001), os líderes de opinião devem ser acionados como um reforço para captar as pessoas mais indecisas dentro de um processo de comunicação boca a boca, que se torna eficaz dentro de uma estratégia de divulgação.

A esse respeito, acrescenta:

(...) É dentro dessas relações sociais que a tendência para gerar atitudes partilhadas pelos outros componentes do grupo vêm realçar a existência dos líderes de opinião e sua função de medianeiros entre os meios de comunicação e os outros indivíduos menos interessados e menos participativos em campanhas (...). (Ibid, p. 2).

O fato de os líderes de opinião viverem nas comunidades e manterem ativa as relações comunitárias e sociais, os levam a conhecer um número maior de pessoas.

Nesse sentido, esses líderes se tornam verdadeiros cabos eleitorais, persuadindo seus amigos e vizinhos em prol do candidato que ele apoia. Nesse aspecto:

Os cabos eleitorais são a vanguarda de uma campanha municipal. Conversam com os eleitores, transmitem as ordens, promovem o enquadramento para o dia das eleições, barganham, mentem, desconversam, lançam balões de ensaio. As relações pessoais dos cabos eleitorais com o eleitorado são fundamentais para o sucesso da campanha (REGO, 1985, p.33).

Nesse contexto, buscou-se estruturar o marketing político e eleitoral da campanha de reeleição do deputado Antônio Júlio, de forma a buscar todos os meios de comunicação na cidade de Pará de Minas, que tornem possível divulgar o candidato, suas ideias e seu trabalho parlamentar, de modo a aproximá-lo cada vez mais dos eleitores.

1.2. Cultura política, comportamento eleitoral, decisão do voto e carisma

Borba (2005), analisa a cultura política através da explicação do comportamento político dos indivíduos, destacando a forma como os valores culturais são componentes endógenos da tomada de decisão.

Para o autor existe uma relação entre ideologia e cultura política, sendo a ideologia dividida entre primária, onde os cidadãos formam um conjunto de atitudes e orientações em relação aos fenômenos políticos e secundária, que resultaria de ideologia, sobre ideologia por se desenvolver quando surgem ameaças para o predomínio da ideologia primária.

Dentro das perspectivas psicológicas e psicossociológicas do núcleo acadêmico da Universidade de Michigan, o comportamento político é interpretado a partir das motivações, percepções e atitudes dos indivíduos em relação ao mundo político.

Considerando que Ideologias e preferências partidárias podem mudar, a escola de Michigan propõe uma ideia de identidade partidária, onde o eleitor passa avaliar bem os partidos de esquerda, independente do que ele faça, a não ser que o partido contrarie os padrões de esquerda. O mensalão se tornou um exemplo da defesa em nome de uma ideologia secundária, da defesa de um bem maior. A identidade partidária é mais leve, a simpatia com o partido pode não depender de sua ideologia, mas do modo que ela trata alguns meios, muitas pessoas simpatizam com o Partido dos Trabalhadores (PT), pois o PT é um partido ético, é o modo como o partido faz a política e não a sua ideologia.

Dentre as conclusões desta corrente está a que a maioria dos eleitores tende a expressar os seus votos baseando-se na identidade partidária, sendo que tal identidade pode ser herdada da família ou na socialização. Os valores adquiridos no processo de socialização podem ser relevantes para as decisões políticas, o que significa que o voto será orientado ao partido que melhor represente estes valores. (MICHIGAN, *apud* TELLES, 2009)".

A teoria da escolha racional tende a aproximar mais das eleições proporcionais, pois a decisão do voto como produto orientada por cálculos de interesse, levam os eleitores a se aproximarem mais de seus candidatos nas cidades do interior. Nessa perspectiva:

A esfera da política é visualizada como um “mercado político”, onde os políticos tentam “vender seus produtos”, e os cidadãos assumem o papel de “consumidores”, que vão escolher aqueles “produtos” que melhor diminuam seus custos e maximizem ou otimizem seus ganhos”. (BORBA, 2005).

Nesse sentido, vários estudos contribuíram para o desenvolvimento de diagnósticos sobre o comportamento eleitoral, Reis usa a expressão “síndrome do Flamengo”, para caracterizar o voto da maioria do eleitorado brasileiro, onde as preferências partidárias ou ideológicas não se relacionam com opiniões altamente sustentadas a respeito de questões de natureza política, mas baseadas em imagens difusas, simplificadas da posição dos partidos.

Castro (1994), influenciado por Reis, busca explicar os mecanismos de decisão do voto segundo o grau de sofisticação política dos eleitores, sendo os eleitores sofisticados (minoría) votando por uma preferência partidária baseada em uma visão informada sobre os partidos e candidatos, com a grande massa popular desinformada não tendo opinião sobre as grandes questões do debate político, atribuindo a seus candidatos as qualidades que mais lhe agradam, tendo baixo grau de consistência ideológica.

Contudo, os autores concordam que os eleitores não sofisticados votaria, em grande parte, no candidato que lhe consegue transmitir a “imagem” de defensor privilegiados dos “pobres”, dos “trabalhadores”. Pensando nessas idéias e na campanha do deputado Antônio Júlio, pode-se afirmar que é nesse segmento que o parlamentar tem sua maior votação, pois em seu reduto eleitoral, Pará de Minas e região, a população o considera defensor do interesse dos mais pobres, fato que contribui para aumentar sua votação.

Nesta perspectiva surgem os líderes carmáticos pois, emergem através de movimentos diversos para indicar soluções provenientes de condições de desigualdade e insatisfação provenientes da sociedade.

Ele é acolhido como portador da segurança fundamental, da esperança, do fim do sofrimento, embora este, ao cabo, possa ter uma expressão de dimensões apocalípticas, de destruição em termos sociais, de morte física. (BOBBIO [et al], 2000).

Para Vasconcelos (1999), o líder não introduz apenas uma forma de visualizar o futuro, mas ensinam novas maneiras de agir, de abordar e de tratar os

problemas, trazendo consigo outra característica que é a quebra constante do convencionalismo.

Considerado um político carismático o deputado Júlio transmite confiança a seus eleitores, através de sua personalidade e de seu conhecimento político adquirido ao longo de sua vida parlamentar. Sempre disposto a ouvir as pessoas, sua simplicidade cativa seus eleitores, que o enxergam como um grande líder que defende seus interesses, concedendo seu voto, para representá-los no parlamento mineiro.

1.3. Sistema Eleitoral de lista aberta no Brasil

O Brasil utiliza o sistema proporcional de listas abertas desde a constituição de 1934, esse sistema consiste nos partidos apresentarem uma lista de candidatos, onde os eleitores votam em candidatos de sua preferência.

Esse sistema tem gerado críticas devido a individualização das campanhas eleitorais, o que leva a disputa para dentro dos próprios partidos elevando os custos das campanhas, facilitando o uso do chamado caixa 2, subordinando o exercício do mandato à ação do poder econômico e do poder político.

Para Nicolau (2006), uma das razões da utilização do sistema de listas abertas no Brasil seria à combinação da lista aberta com outros atributos do sistema eleitoral: grandes distritos eleitorais, possibilidade de realização de coligações eleitorais, eleições simultâneas para outros cargos (presidentes e governadores de estado e senadores) e distorção acentuada na representação dos estados na Câmara dos Deputados.

Nas coligações proporcionais o sistema se torna mais injusto, pois, votando na legenda de um partido, ou no candidato tal do partido da coligação, elege-se um candidato de outro partido, integrante da coligação, pois o voto só servirá para constituir o quociente eleitoral.

Uma das vantagens em se usar listas abertas nas eleições proporcionais é a grande aproximação entre eleitor e o candidato.

A fidelidade partidária, foi implantada afim de corrigir a distorção causada pelo sistema de listas abertas, pois o candidato se considerava uma instituição autônoma, proprietário do mandato, se disvinculando do partido e da vontade do eleitor.

O sistema de listas fechadas tem sido defendido e proposto por todos os relatórios das comissões sobre reforma política formadas no Congresso Nacional, porém ainda não foi aprovada.

O sistema de listas fechadas seria instrumento de fortalecimento do sistema partidário, recaindo portanto sobre os programas e linhas ideológicas partidárias, subordinando o candidato à disciplina partidária, afastando o financiamento ilícito de campanhas, reduzindo a possibilidade de corrupção eleitoral.

Sua desvantagem seria na organização da lista partidária, dando grande poder às cúpulas dos partidos, instalando uma disputada de forma fratricida entre os candidatos da mesma legenda.

Porém essa desvantagem, não seria tão considerável, devido os partidos já serem comandados pelas cúpulas partidárias.

Isso obrigaria os partidos a terem programas ideológicos, levando o eleitorado a escolher entre propostas e não entre candidatos, quebrando o vínculo do voto pessoal do eleitorado.

O sistema de listas abertas nas eleições de 2010, favorece o Partido do Movimento Democrático Brasileiro-PMDB em Minas Gerais, pois o partido não se coligou para as eleições proporcionais, facilitando a identificação partidária de seus eleitores, juntamente com seus candidatos.

O deputado Antônio Júlio se beneficia desse sistema por fazer parte da Executiva Estadual, sendo amplamente conhecido não só em suas bases eleitorais, como também em todo o Estado.

1.4. Renovação na Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais

A Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais foi instalada em 18 de agosto de 1935 após a Constituição de 1934, sendo suspensas as atividades legislativas durante 10 anos no período do Estado Novo em 1937.

Em 1946, é convocada novas eleições, voltando a Assembléia a se reunir em caráter constituinte¹, para promulgar a nova Constituição do Estado de Minas Gerais, sendo a Assembléia Legislativa reinstalada em 14 de julho de 1947.

¹ Poder constituinte, (assembléia, convenção, congresso ou mesmo um órgão unipessoal), composto de representantes do povo, eleitos para o fim de elaborar e estabelecer uma constituição (disponível em: [HTTP://jus2.uol.com.br/DOCTRINA/texto.asp?id=102](http://jus2.uol.com.br/DOCTRINA/texto.asp?id=102). Acesso em 28 setembro 2010).

A Assembléia Legislativa de Minas Gerais se encontra na 16ª Legislatura, ininterrupta desde 1947, atualmente é composta por 77 deputados estaduais de diversos partidos políticos, sendo 15 Deputados do PSDB, 10 Deputados do PT, 8 Deputados do PMDB, 7 Deputados do PV, 6 Deputados DEM, 6 Deputados do PDT, 6 Deputados do PTB, 4 Deputados do PP, 4 Deputados do PPS, 3 Deputados do PSC, 2 Deputados do PMN, 2 Deputados do PSB, 1 Deputado do PC do B, 1 Deputado do PR, 1 Deputado do PRB e 1 Deputado do PSL.

As representações partidárias podem constituir Blocos Parlamentares, sob liderança comum, tendo no mínimo 16 parlamentares (um quinto dos membros da Assembléia)². A Assembléia possui 2 Blocos Parlamentares, 5 partidos no Bloco Parlamentar Social e 5 partidos no Bloco Social Democrata.

Analisando a 15ª e 16ª Legislaturas na Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais, observa-se que existiu pouca renovação dos Deputados Estaduais nesse período, sendo que na 16ª Legislatura o índice de renovação na ALMG, ficou em 40,25%, ou seja, entrou 31 novos deputados, foi a menor taxa de renovação da Região Sudeste.

Nesta perspectiva, Pereira e Rennó (2001 e 2003), propuseram um modelo analítico capaz de identificar os fatores que aumentam as probabilidades de reeleição para a Câmara Federal nas eleições de 1998 no Brasil.

Para os autores as chances de reeleição em 1998, para deputados eleitos em 1994, estariam associadas a capacidade dos parlamentares liberarem verbas durante seu mandato.

O personalismo gerado pelo sistema proporcional, leva os deputados a buscarem emendas parlamentares para suas bases de atuação, gerando um amplo apoio de lideranças comunitárias que são atendidas com essas verbas.

Dos 77 deputados da atual legislatura, 67 parlamentares disputam a reeleição para a ALMG, sendo 1.106 candidatos a deputado estadual no Estado de Minas Gerais. A disputa por uma cadeira legislativa tem 14 candidatos por vaga.

Subentende-se que esses parlamentares que tentam a reeleição terão maior facilidade em conquistar essa vaga, por ter direcionado verbas parlamentares a suas cidades de atuação, trazendo consigo uma grande capilaridade eleitoral.

² É o Regimento Interno da Assembléia que fixa as regras para constituição de blocos.

1.5. Horário Gratuito de propaganda eleitoral-HGPE e formação da opinião pública

O processo eleitoral é o momento de disseminação da campanha, ocasião em que o candidato passa a dialogar com seus eleitores, no sentido de persuadi-los, em detrimento de outro, ou seja, do adversário.

Estratégias comunicativas em eleições majoritárias requerem a utilização de espaços de mídia, no qual se estabelece um processo de comunicação política, entendido como sendo uma via de mão dupla, onde os candidatos e eleitores dialogam e estabelecem um pacto fundamentado na troca de intenções. De um lado, os eleitores que almejam ser atendidos em suas demandas e, por outro lado, os políticos, que querem ser eleitos (PORTO, 2004).

A criação de estratégias comunicativas são parte integrante de um planejamento estratégico em uma campanha eleitoral. Nessa perspectiva o HGPE constitui-se no contato direto entre o candidato e o telespectador, em cujas convenções discursivas permeiam não somente o discurso verbal do candidato mas também o modo de sua apresentação visual (ALBUQUERQUE, 1995, p. 95).

Através do HGPE, o candidato poderá manter o diálogo com eleitor, expondo seu ponto de vista acerca de problemas diversos que afetam a sociedade. Portanto, são discussões em sentido mais amplo (Ibid, p. 97).

Sendo o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral importante instrumento de ativação do eleitor, por atrair seu interesse para campanhas políticas, reduzindo em 50% o número de indecisos, o HGPE auxilia o eleitor a identificar o político que esta em maior sintonia com suas ansiedades.

Para Cervi (2010, p.1), o eleitor mediano precisa de “marcadores públicos” de tempo e espaço que indiquem o início efetivo do “tempo da política”, sendo o HGPE um dos principais marcadores do tempo da política nas campanhas eleitorais brasileiras.

Devido a grande quantidade de candidatos e ao pequeno espaço de tempo na televisão, o HGPE nas eleições proporcionais se tornam espaços para debater temas de interesses públicos, formar a imagem do candidato ou transmitir sínteses de seus programas eleitorais, tendo em média 30 segundos para se comunicar com seu eleitor, buscando se aproximar de suas demandas.

Como em eleições proporcionais cada partido apresenta dezenas de candidatos ao cargo em disputa, os candidatos tentam formar uma imagem perante os eleitores, que irá acompanhá-los ao longo de toda campanha.

Segundo Cervi (2010, p. 15) este é um dos motivos para a distribuição desigual do tempo no HGPE, pois os partidos dariam preferência a candidatos considerados “puxadores de votos”, como justificativa de aumentar a votação dos partidos ou coligação.

O deputado Antônio Júlio usa esse pequeno espaço de tempo no HGPE para reforçar a sua imagem de político experiente, atuante, que defende os interesses da população no parlamento mineiro, pedindo novamente o voto dos eleitores para continuar seu trabalho parlamentar.

A distribuição do tempo de televisão obedece ao tamanho das bancadas no legislativo, o PMDB, partido do candidato deputado Antônio Júlio, atual oposição ao governo em Minas Gerais, tem sua bancada formada por 8 deputados estaduais, com o partido do PMDB totalizando 50 minutos no HGPE³.

A distribuição do tempo no HGPE para deputados estaduais do partidos se encontra abaixo, conforme Resolução do TSE de nº23.191/2009.

Quadro 1: Tempo do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral na televisão do Partido do Movimento Democrático Brasileiro-PMDB em Minas Gerais nas eleições 2010

Partido	Tempo igualitário (mm:ss:cc)	Tempo proporcional (mm:ss:cc)	Tempo total (mm:ss:cc)
15 – PMDB	00'06"67	00'41"64	00'48"31

Fonte: TRE-MG, 2010

³ Para as emissoras de televisão da capital: haverá um rodízio das emissoras responsáveis pela geração tanto da propaganda em rede quanto das inserções. Os partidos políticos deverão levar seus materiais apenas para a emissora geradora, de acordo com as datas estabelecidas em sorteio, mas deverão enviar por fax os mapas de mídia tanto para a geradora quanto para as demais emissoras. Para as emissoras de televisão do interior a propaganda eleitoral em rede deverá ser veiculada obrigatoriamente por todas as emissoras. (Disponível em:

http://www.tremg.jus.br/portal/website/eleicoes2010/prop_eleitoral/arquivos_propaganda/orientacoes/orientacoes_horario_eleitoral_gratuito.pdf. Acesso em 29 setembro 2010).

CAPÍTULO - II

O candidato deputado Antônio Júlio, seu histórico e suas bases de atuação

2.1. Histórico

Antônio Júlio iniciou sua militância política em 1980, quando ao lado de alguns companheiros, liderou a fundação do Diretório Municipal do Partido do Movimento Democrático Brasileiro – PMDB em sua terra natal, Pará de Minas.

Em 1981, quando o governo Figueiredo decidiu proibir as coligações com vista às eleições previstas para 1982, determinando o voto vinculado, Antônio Júlio coordenou a fusão do PMDB com o Partido Progressista (PP), partido do então senador Tancredo Neves. Em 1982 Tancredo elegeu-se governador de Minas e Antônio Júlio se tornou o prefeito de sua terra, aproveitando da soma das sublegendas de seu partido.

Em sua gestão frente à Prefeitura de Pará de Minas, Antônio Júlio realizou várias obras de infraestrutura e urbanização, que contribuíram para o desenvolvimento do município. Uma das marcas de sua administração foi a construção de praças em diversas localidades rurais, sob regime de mutirão, tendo a presença constante de sua equipe de governo e o apoio da população.

Como prefeito, Antônio Júlio potencializou a criação de dezenas de associações comunitárias em todo o município, estimulando a participação popular em ações de seu governo, feito que lhe assegurou muita popularidade.

Para a juventude, foi criado o JEPAM – Jogos Estudantis de Pará de Minas, congregando todas as escolas das redes estadual e municipal, além de sediar etapas dos jogos do Interior de Minas (JIMI) e da Taça BH de Futebol Junior, eventos esportivos que sempre foram prestigiados pelo público local.

Paralelo a essas ações de âmbito local, o prefeito Antônio Júlio começou a exercer atividades regionais, através da criação da Associação Micro-regional dos Municípios do Médio Centro Oeste (AMECO), nos anos 80, sendo seu fundador e primeiro presidente.

Através da AMECO, foram realizadas várias reuniões regionais, com a presença dos respectivos prefeitos associados à entidade e autoridades do Governo

Estadual, e dessa forma, Antônio Júlio despontou como uma liderança política capaz de agregar interesses comuns de sua região, fato que o levou à eleição majoritária em diversas cidades da região Centro Oeste.

Especialmente, quanto à cidade de Pará de Minas, no primeiro mandato para deputado estadual, na eleição de 1990, Antônio Júlio obteve 14.985 votos, num universo de 33017 eleitores, conquistando 45,0% da votação local, sendo majoritário no município.

Nesse período, o deputado contava com todo o grupo do PMDB local, de assessores de seu governo municipal e esse fator foi preponderante no fortalecimento de sua campanha exitosa.

2.2. Atividades políticas desenvolvidas

Em sua trajetória partidária o deputado sempre se manteve filiado ao PMDB e atualmente é o secretário-geral do Partido em Minas Gerais.

O deputado Antônio Júlio exerce a atividade parlamentar através de ações institucionais e políticas. Sendo assim, a função inerente ao parlamento é a produção de Leis e a fiscalização da administração direta e indireta do Estado.

Por sua vez, as atividades políticas compreendem visitas aos municípios de sua base eleitoral, encaminhamentos de demandas aos órgãos do Governo Estadual, indicação de emendas parlamentar para que os municípios e às entidades possam vir a receber recursos do orçamento estadual, bem como o acompanhamento de assuntos gerais de interesses de empresas e da sociedade civil.

O deputado Antônio Júlio conta com uma equipe de assessores com formação em diversas áreas profissionais, auxiliando-o em suas atividades diárias. Esses são ocupantes de cargos públicos de livre nomeação e exoneração conforme previsto em Lei.

Em Pará de Minas, o deputado mantém o funcionamento de um escritório parlamentar, que conta com uma equipe de assessores aptos a receber as demandas dos cidadãos e dar o encaminhamento necessário.

Vale ressaltar que durante cinco mandatos o escritório de Pará de Minas se destacou por possibilitar a eleição do prefeito Eli Pinto de Faria (Tilili)/PMDB, em 1996, e do vereador Marcílio Magela de Souza (PMDB), eleito para o segundo

mandato no município, obtendo a maior votação dentre os demais vereadores eleitos. Até então, esses eram assessores do deputado que atendiam à população, e conquistaram sua confiança e credibilidade.

Na eleição majoritária seguinte, o prefeito Tilili não conseguiu reeleger-se e este fato trouxe desgastes junto à base eleitoral do deputado Antônio Júlio, o que pode ter contribuído para a diminuição dos votos na eleição majoritária de 2002.

É notoriamente conhecido que a construção da Penitenciária Pio Canedo em Pará de Minas, também contribuiu para diminuir sua votação nesse período, devido ao apoio dado pelo deputado ao empreendimento do governo estadual no município, o que repercutiu de forma negativa e foi muito explorado por seus adversários.

Entretanto, esses problemas foram atenuados pela forte atuação do parlamentar e, ainda que Antônio Júlio tenha diminuído sua votação no município, e, perdido a condição de deputado majoritário em Pará de Minas, sua reeleição foi garantida.

O deputado Antônio Júlio mantém um relacionamento respeitoso com a imprensa de Pará de Minas. Ele já teve problemas com o jornal Gazeta Paraminense, que tem um perfil mais ligado à oposição, mas sem muitos traumas. O jornal respeita o deputado, mas não o bajula.

Já com relação à TV Integração (TVI), que é comandada pelo grupo do deputado Inácio Franco, seu adversário político, muitos entraves já ocorreram. Hoje, na TVI, nada é divulgado a respeito do deputado Antônio Júlio, nem bom, nem ruim.

A cidade conta ainda com as rádios Espacial FM (líder de audiência), que é uma empresa particular da família do deputado Antônio Júlio; Santa Cruz Am e Total FM, ambas com canal aberto com ele, e ainda o jornal DIÁRIO, que é ligado ao deputado.

2.3. Aspectos macro-político de sua base de sustentação, Pará de Minas

No aspecto macro-político, durante quatro mandatos, Antônio Júlio conquistou uma boa votação na cidade de Pará de Minas. Mas nas eleições de 2002, devido a dois fatores decisivos, seus votos diminuiriam muito. Primeiro, foi a construção da Penitenciária Pio Canedo em Pará de Minas, em uma conquista do deputado. O fato foi tratado pela oposição, liderada pelo então prefeito Inácio Franco, como uma tragédia para a cidade. Os movimentos contra a construção da Penitenciária,

chamada pejorativamente de “Cadeião”, foram para as ruas, atingiam a Igreja Católica e entidades de classe, tendo grande repercussão na imprensa local.

Em segundo, surgiu a candidatura a deputado estadual, do ex-vereador Eugênio Mansur, apoiado por Franco e seu grupo, levantando a bandeira do “Contra o Cadeião”. Mesmo com toda campanha negativa da oposição, o deputado foi reeleito para seu quarto mandato, mas com baixa votação em Pará de Minas.

Observa-se ainda, mesmo que indiretamente, a negativa administração do ex-prefeito Tilili (1997-2000), também contribuiu para diminuir a votação do deputado Antônio Júlio. Eleito pelo PMDB com o apoio direto do deputado, ele fez um governo totalmente reprovado pela população, com atrasos em pagamentos e salários. Esse fato foi muito repercutido pela oposição entre 2000 e 2002, o que em grande medida prejudicou a imagem do deputado.

Durante seu 4º mandato, Antônio Júlio procurou rever suas estratégias de marketing, objetivando mostrar à população que a Penitenciária Pio Canedo foi uma conquista boa para cidade. Paralelamente, a própria instituição de Segurança Pública mostrou pontos positivos: mais de 200 empregos diretos e outros muitos indiretos foram criados, e sua direção mostrou excelente atuação, tornando o Presídio em referência, em boa gestão de Segurança Pública no Estado. Além disso, o verdadeiro “Cadeião” que existia no centro da cidade, com rebeliões a toda hora, foi extinto, gerando mais segurança para a população.

Antônio Júlio procurou também descolar sua imagem política do ex-prefeito Tilili, apesar dele continuar em sua equipe de trabalho.

Para o melhor atendimento à população de Pará de Minas, o deputado Antônio Júlio mantém o funcionamento de um escritório de representação parlamentar na cidade e com isso, busca manter uma aproximação com seu eleitorado, desenvolvendo um trabalho social, com doação de cestas básicas, cadeira de rodas, transporte para pessoas enfermas que necessitam de tratamento fora da cidade, bem como serviços jurídicos, dentre outros prestados. Esses serviços, na medida em que deixam de ser ofertados pelo Estado, no âmbito do município de Pará de Minas, acabam sendo demandados espontaneamente no gabinete do deputado, cuja equipe política procura buscar a melhor forma de resolver os casos e pedidos da população.

Já nas eleições de 2006, o deputado Antônio Júlio concorreu diretamente com o ex-prefeito Inácio Franco, candidato pelo Partido Verde (PV), o qual foi eleito

tornando-se majoritário na cidade, devido sua aprovação à frente da administração municipal. Por sua vez, o deputado Antônio Júlio permaneceu na condição de segundo candidato mais votado.

2.3.1. Aspectos macro-econômico de sua base de sustentação, Pará de Minas

No aspecto econômico, Pará de Minas é considerada uma cidade polo no Centro Oeste de Minas Gerais. Situada a 75 km da capital do Estado, Belo Horizonte, o próspero município mineiro possui cerca de 84.264 habitantes, de acordo com dados do IBGE (2009) e se encontra em franca expansão.

Com um comércio atuante, diversificado, e um grande leque de indústrias, Pará de Minas é das poucas cidades mineiras desse porte que conta com três deputados, sendo dois estaduais e um federal, sempre em busca de melhorias para o município.

Apesar de contar com uma economia forte, o município ainda enfrenta dificuldade na qualificação profissional. Com apenas uma escola técnica do SENAI, Pará de Minas não oferece uma grande mão de obra qualificada, o que dificulta a geração de novos empregos, obrigando comerciantes e empresários a contratar pessoal de outras cidades.

A gestão pública municipal contribui para essa escassez de empregos, pois ainda não possui uma política eficaz para atrair novas indústrias, o que evidencia uma falta de maior diálogo entre Prefeitura e o setor empresarial.

Por essa razão, a Penitenciária Dr. Pio Canedo antes considerada uma tragédia para a cidade perante a oposição, tornou-se o maior centro gerador de empregos em Pará de Minas. Segundo dados da Secretaria de Estado de Defesa Social, a Penitenciária emprega em seus quadros, aproximadamente 200 pessoas da cidade e região, dentre agentes penitenciários e funcionários administrativos.

Com a duplicação da BR-262, tem-se como expectativa que a cidade possa atrair investimentos e desenvolver-se, o que certamente acarretará um aumento de demandas em áreas prioritárias como saúde, segurança, educação, saneamento básico, habitação, etc., exigindo a atenção constante de seus representantes legais.

2.4. O Partido do Movimento Democrático Brasileiro-PMDB em Pará de Minas

O Movimento Democrático Brasileiro-MDB, teve sua fundação em 24 de março de 1966, resultado da extinção dos partidos pelo AI-2, numa tentativa de imitar a bipolaridade norte-americana, democrata versus republicanos. O papel destinado pelos militares a oposição, seria de opositor, mas inofensivo que não ambiçionasse ao poder.

Com a reforma política extinguindo o bipartidarismo, os núcleos do MDB foram transformados em PMDB, abrigando demais partidos que possuíam história antes do regime militar.

Em 1986, com o sucesso do plano Cruzado, o PMDB elegeu 22 dos 23 governadores de estado. Com 260 deputados federais e 44 senadores tornando-se hegemônico no Congresso.

O fracasso do Plano Cruzado, juntamente com as divisões internas levaram o PMDB a sofrer um esvaziamento em 1989, ficando em 7º lugar nas eleições.

Sem candidatura própria nas eleições de 2002, o partido passou a avaliar outras alternativas, diante da inanição eleitoral de seus pretensos candidatos a presidente.

A estratégia do PMDB, em compor a base de sustentação dos governos do PSDB e PT, tendo ampla maioria no Congresso Nacional e Senado, tem levado o partido a uma grande visibilidade nacional e uma expressiva votação eleitoral.

A executiva do Partido do Movimento Democrático Brasileiro-PMDB em Minas Gerais é composto pelos seguintes membros segundo fontes do Tribunal Superior Eleitoral:

Quadro 1: Composição da Executiva Estadual do PMDB, biênio 2009-2011

EXECUTIVA ESTADUAL DO PMDB	
Presidente	Antônio Andrade
1º Vice-Presidente	Leonardo Quintão
2º Vice-Presidente	Ivair Nogueira
3º Vice-Presidente	Maria Elvira Sales Ferreira
Secretário Geral	Antônio Júlio de Faria
1º Secretário	Itamar José de Oliveira
Tesoureiro	Célio Mazoni
Tesoureiro Adjunto	Geraldo Godoy
1º Vogal	João Lúcio Magalhães Bifano
2º Vogal	Paulo Piau
3º Vogal	João Alberto Paixão Lages
4º Vogal	Marcos Araújo Oliveira
Líder da bancada na ALMG	Dep. Vanderlei Miranda

FONTE: Site do PMDB-MG, 2010

Em Pará de Minas o PMDB é controlado pelo deputado Antônio Júlio, atual secretário geral da executiva estadual, cujo diretório municipal é presidido por Marcílio Magela de Souza, seu ex-assessor, reeleito pelo PMDB a vereador em 2008, com a maior votação dentre os candidatos do município de Pará de Minas. O PMDB Jovem é presidido por Geovani Palhares, tendo em torno de 80 filiados com idade entre 16 a 35 anos. Na Câmara, o PMDB tem duas cadeiras, enquanto que os demais partidos detêm oito cadeiras.

Quadro 2: Composição da Câmara Municipal de Pará de Minas, eleição 2008

CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS	
Vereador	Partido
Marcílio	PMDB
Marcos Aurélio	DEM
Basílio da Saúde	PSDB
Geraldo Sabino	PV
Silvério Severino	PP
Dr. Ênio	PV
Antônio Lemos	PMDB
Vilson do Padre Libério	PSDB
Renato Almeida	PPS
Dr. Paulo Cesar	PMN

FONTE: Site da ALMG

Segundo fontes do Cartório Eleitoral de Pará de Minas, a cidade conta com 12 partidos registrados no Tribunal Superior Eleitoral, sendo eles: Democratas-DEM, Partido da Causa Operária-PCO, Partido do Movimento Democrático Brasileiro-PMDB, Partido da Mobilização Nacional-PMN, Partido da República-PR, Partido Socialista Brasileiro-PSB, Partido Social Cristão-PSC, Partido da Social Democracia Brasileira-PSDB, Partido Social Democrata Cristão-PSDC, Partido dos Trabalhadores-PT, Partido Trabalhista Brasileiro-PTB, Partido Verde-PV.

Os partidos PV e PPS, são controlados pelo deputado Inácio Franco (PV), que juntamente com o prefeito Zezé Porfírio (PR) e o vice-prefeito Eugênio Mansur (PPS) são os principais adversários políticos do deputado Antônio Júlio. Na câmara Municipal, eles somam 30% do vereadores que também fazem oposição.

Na última eleição majoritária, os candidatos Elias Diniz e Cristina Teodoro, respectivamente, prefeito e vice-prefeita pelos partidos DEM e PDT, se destacaram no desempenho das urnas e alcançaram o 2º lugar na escolha do eleitorado paraminense e se constituíram como lideranças políticas respeitáveis, mas a posição de ambos não ficou evidenciada nesta campanha eleitoral.

O deputado federal Eduardo Barbosa (PSDB) transita entre todos os partidos políticos de Pará de Minas, sendo um candidato neutro, que conta com os votos dos dois candidatos a deputado estadual na cidade.

O Vereador Dr. Paulo Cesar (PMN), lançou sua candidatura a deputado federal, tendo sido eleito vereador em 2008 com 746, sendo também um candidato neutro, por não fazer dobradinhas com nenhum dos candidatos a deputado estadual de Pará de Minas.

2.5. Perfil do eleitorado da cidade de Pará de Minas

O município de Pará de Minas conta com 84.264 habitantes, segundo fontes do IBGE-2009, quanto ao eleitorado, são cadastrados no TRE-MG 54.135 eleitores. Na avaliação do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o município está entre as regiões consideradas de alto desenvolvimento humano (IDH maior que 0,8), sendo a educação o componente que mais cresceu, seguida da longevidade.

Porém, no levantamento do IBGE (2003), sobre o mapa da pobreza e desigualdade nos municípios brasileiros, a cidade de Pará de Minas mantém uma incidência de 21,92% da pobreza, esse percentual se refere a parte da população que ganha até meio salário mínimo.

Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Pará de Minas possui uma faixa etária predominante do eleitorado entre 25 a 59 anos, representando 69,9% da população, seguido por 18% na faixa etária entre 16 a 24 anos e 12% acima de 59 anos.

A diferença do eleitorado entre os sexos masculino e feminino é de apenas 1%, com 98% para homens e 99% para mulheres. Já em relação a escolaridade, tem-se 1,6% do eleitorado analfabeto; 4,6% que lê e escreve; 47,8% com primeiro grau completo e incompleto; 20% com segundo grau completo e incompleto; e 14% do eleitorado com curso superior completo e incompleto.

Durante a campanha eleitoral do candidato deputado Antonio Julio, foi realizada uma pesquisa em julho de 2010, e foi constatado que Antônio Júlio possui maior simpatia com o eleitorado masculino, com 49% da intenção de voto, ante 47% do eleitorado feminino. Sua votação se concentra entre os eleitores da faixa etária entre 25 e 44 anos, com 41% da intenção de votos.

2.6. Mapa eleitoral do deputado Antônio Júlio

O Estado de Minas Gerais representa 10,6% do eleitorado brasileiro com 14.522.090 eleitores ocupando segundo maior colégio eleitoral do país, dividido em 10 macrorregiões.

O deputado Antônio Júlio obteve votação em todas as macrorregiões do estado de Minas Gerais nas eleições de 2006, conforme tabela abaixo:

Tabela1: Distribuição eleitoral e votos obtidos nas macrorregiões de do Estado de Minas Gerais – eleições 2006

Macrorregião	Eleitorado	Votos
Centro Oeste de Minas	778.207	10.538
Central	4.758.640	29.545
Jequitinhonha/Mucuri	731.363	2.393
Sul de Minas	1.842.930	4.946
Noroeste de Minas	253.254	591
Alto Paranaíba	461.352	1.006
Norte de Minas	1.103.091	981
Mata	1.588.099	973
Rio Doce	1.171.473	228
Triângulo	990.929	96

Fonte: Site da ALMG, 2010

A macroregião Centro-Oeste representa 5,5% do eleitorado de Minas Gerais com 805.036 eleitores distribuídos em 57 municípios ordenados por 6 microregionais.

Na microregião de Divinópolis está inserida a cidade de Pará de Minas, maior reduto eleitoral do deputado Antônio Júlio.

Tabela 2: Distribuição eleitoral e votos obtidos na microrregião de Divinópolis – eleições 2006

Microrregião	Municípios	Eleitorado	Votos
Divinópolis	Carmo do Cajuru	14.303	11
Divinópolis	Cláudio	16.773	110
Divinópolis	Conceição do Pará	3.958	284
Divinópolis	Divinópolis	143.843	2.029
Divinópolis	Igaratinga	5.515	1003
Divinópolis	Itaúna	59.642	449
Divinópolis	Nova Serrana	32.093	38
Divinópolis	Pará de Minas	54.135	12.498
Divinópolis	Perdigão	5.197	17
Divinópolis	Santo Antônio do Monte	16.451	4
Divinópolis	São Gonçalo do Pará	6.581	25
Divinópolis	São Sebastião do Oeste	3.656	0

Fonte: Site da ALMG, 2010

Antônio Júlio, em 1990, foi eleito com 22.250 votos. Nas eleições seguintes o deputado foi reeleito, mas houve uma queda de quase 20% na última votação, em relação ao primeiro mandato.

O principal reduto eleitoral do deputado Antônio Júlio é a região Centro Oeste, sobretudo, as cidades pertencentes à Comarca de Pará de Minas, que são as cidades de Florestal, Igaratinga, Onça de Pitangui, Pequi, São Gonçalo do Pará, São José da Varginha, onde foi obtido 16.292 votos. Entretanto, no 5º mandato, o deputado recebeu votos em mais de 300 cidades mineiras, sendo reeleito com 51.117 votos.

Tabela 3: Distribuição eleitoral e votação do deputado Antônio Júlio acima de 650 eleitores – eleições 2006

Cidade	Eleitorado	Votos
Pará de Minas	54.135	12.498
Papagaio	9.764	3.194
Pitangui	18.288	1.776
Martinho Campos	9.354	1.601
Luz	13.505	1.273
Bom Sucesso	13.919	887
Nanuque	31.465	798
Onça de Pitangui	2.617	691

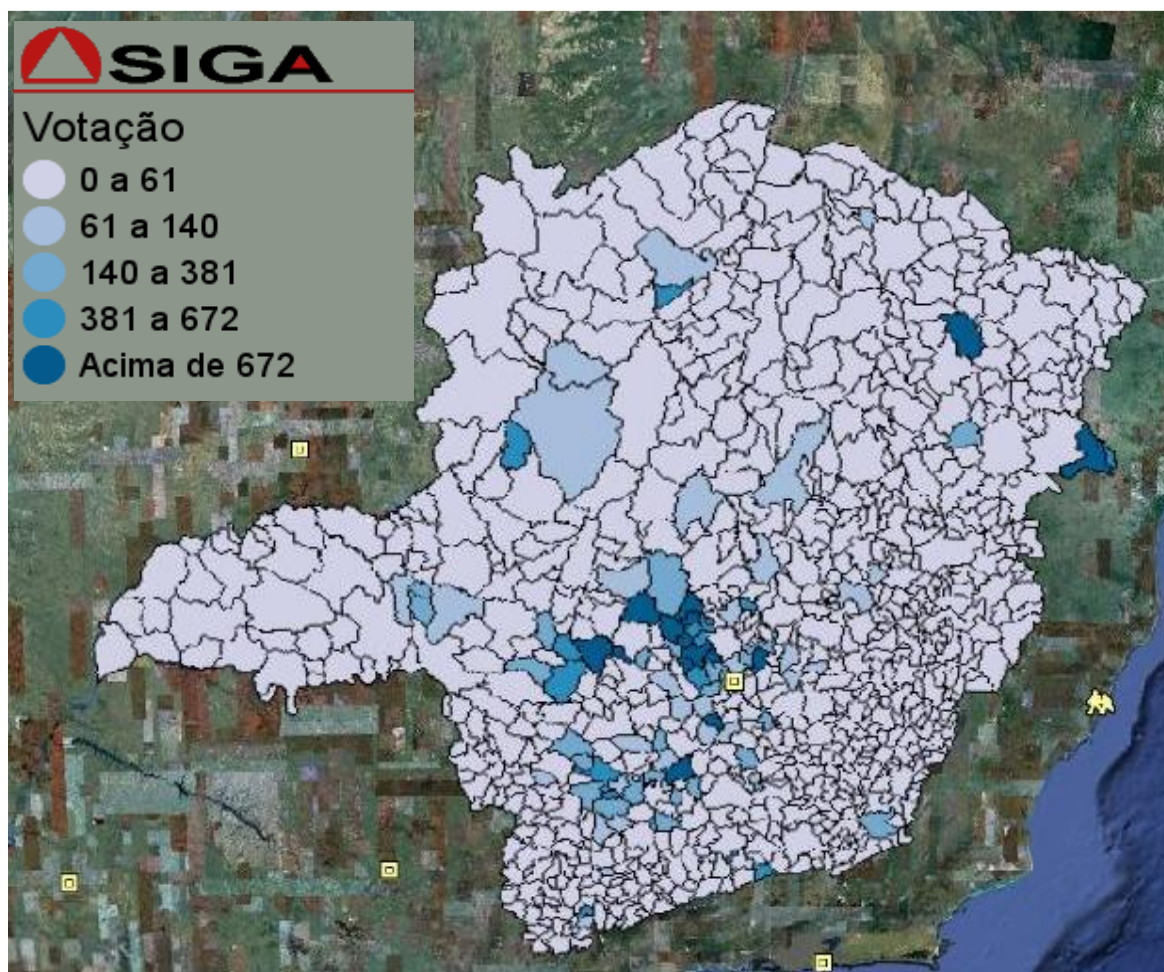
Fonte: Site da ALMG, 2010

Observa-se logo abaixo a demografia eleitoral do deputado Antônio Júlio nas eleições de 2006, através do Sistema de Informações Geográficas da Assembléia (SIGA), que permite a integração de dados de várias fontes com visualização no mapa de Minas Gerais, com uso de ferramentas do Google, como o Earth e o Maps.

A geografia eleitoral dos deputados estaduais no estado de Minas Gerais, facilita a visualização de dados referentes as duas últimas eleições 2002 e 2006, demonstrando a migração dos votos dentro de cada município mineiro, juntamente com sua votação eleitoral.

Porém, não é possível visualizar através das unidades espaciais os eleitores com um mesmo comportamento, ficando a cargo das pesquisas eleitorais essa função. Abaixo segue a votação do deputado Antônio Júlio em escala de votos no estado de Minas Gerais.

Mapa 1 – Distribuição da votação do deputado Antônio Júlio nas eleições 2006



Fonte: Site da ALMG, 2010

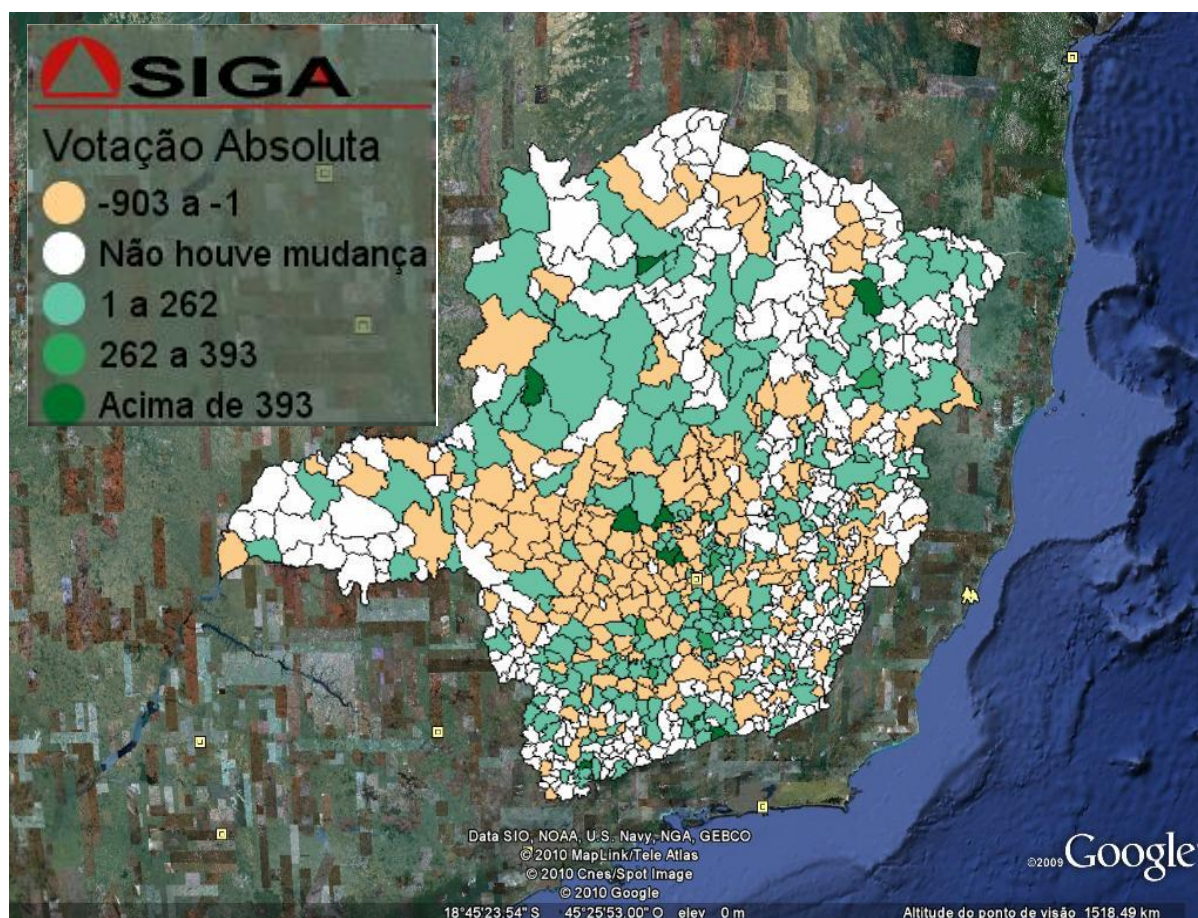
Com esse sistema podemos analisar a variação de votação do deputado em Minas Gerais, principalmente em seu reduto eleitoral, podendo fazer inferências através de pesquisas, identificando as variações do comportamento eleitoral juntamente com sua intenção de voto.

Tabela 4: Municípios do deputado Antônio Júlio pertencentes a comarca de Pará de Minas que aumentaram a votação entre as eleições 2002 e 2006

Cidade	Eleitorado	Eleição 2002	Eleição 2006	Diferença votos
Pará de Minas	54.135	9.103	12.498	3.395
São José da Varginha	2.398	297	486	189
Onça de Pitangui	2.617	627	691	64

Fonte: Site da ALMG, 2010

Mapa 2 – Diferença de votação do deputado Antônio Júlio nas eleições de 2002 e 2006



Fonte: Site da ALMG, 2010

CAPÍTULO - III

Cenários e Estratégias Eleitorais

3.1. Problemas potenciais do candidato

Sendo Antônio Júlio deputado estadual que busca ser reeleito para seu 6º mandato, existem vários problemas a serem administrados, quais sejam:

- A possibilidade de que a assessoria de campanha do adversário volte a associar o nome do deputado Antônio Júlio à administração municipal desastrosa, feita pelo prefeito do seu partido entre 1997 e 2000;
- Tentar associar Antônio Júlio ao aumento da criminalidade na cidade devido a construção da Penitenciária Pio Canedo;
- Voltar a explorar os escândalos dos altos salários na época em que Antônio Júlio fora presidente da Assembleia Legislativa;
- Comparação de verbas conseguidas para a cidade de Pará de Minas entre os dois deputados estaduais da cidade;
- Coligação partidária, alterando o número de parlamentares eleitos.

3.1.1. Problemas enfrentados

O candidato à reeleição deputado Antônio Júlio, poderá vir a enfrentar os seguintes problemas durante sua campanha em Pará de Minas:

Administração negativa do prefeito Tilili (1997/2000), do PMDB;

Construção da Penitenciária Pio Canedo na cidade de Pará de Minas em 2002;

Altos salários dos deputados na época em que Antônio Júlio fora presidente da Assembleia no período 2000 a 2002, com grande repercussão negativa na mídia mineira;

Desgaste do próprio mandato ao longo dos 25 anos de vida pública;

Pouca divulgação do trabalho parlamentar, o que já está em reformulação; e

Oposição forte na cidade.

3.2. Pontos fracos

Quanto aos pontos fracos, nota-se no deputado uma certa resistência em aceitar prontamente as teorias do marketing político, em razão de sua campanha ter sido sempre baseada no senso comum, organizada por correligionários, partidários, mas sempre contou com realização de pesquisas eleitorais. Também, pode ser apontado como ponto fraco, a falta de organização sistematizada das atividades políticas, visto que seu gabinete parlamentar atende diariamente demandas espontâneas, cujo o trabalho não pode ser planejado.

Vale ressaltar que as atividades parlamentares do deputado seguem a agenda oficial da ALMG, tendo a participação do deputado em todas as atividades: plenárias, comissões, missões oficiais, e todo este trabalho conta com assessoria especializada em diversas áreas, tais como: pedagogia, direito, administração, assistência social, psicologia, etc.

3.2.1. Pontos fortes

Dentre os pontos fortes do deputado pode-se destacar: fidelidade partidária, pessoa carismática, grande articulador político, personalidade forte, coligação partidária majoritária, grande experiência parlamentar.

3.3. Áreas frágeis

Podem ser destacadas as seguintes áreas frágeis:

Relacionamento oposicionista ao Governo Estadual, o que prejudica a conquista de recursos para os municípios de sua base eleitoral;

Falta de um discurso único e consistente na cidade de Pará de Minas, na defesa e na divulgação da imagem do deputado, e também contra a oposição;

Falta de um maior diálogo com as lideranças locais (vereadores, suplentes, presidentes de associações de classes e lideranças comunitárias), na definição de projeto de campanha ou meras conversas políticas.

3.4. Superação dos potenciais obstáculos - vacinas

Acompanhamento das alianças feitas nos municípios, através de assessores do Deputado.

Desvincular o nome de Antônio Júlio do ex-prefeito Tilihi que fez um administração municipal reprovada pela população paraminense, entre 1997 a 2000, apesar de ele ser colaborador do deputado.

Acusar o Governo do PSDB de politicagem, se houver alguma comparação com liberação de verbas, pois Antônio Júlio sempre foi de oposição ao atual governo.

Se houver exploração dos altos salários da Assembleia, mostrar as falhas existentes no atual Governo de Minas, demonstrar o controle por parte do Estado sobre os jornais de Minas Gerais.

Através de pesquisas, demonstrar que a população de Pará de Minas aprova a Penitenciária Pio Canedo.

Pesquisa em municípios de médio porte para medir a intenção de voto.

3.5. Objetivo do candidato

O objetivo do deputado Antônio Júlio é ser reconduzido ao cargo de deputado estadual para o 6º mandato, reconquistando a maior votação em Pará de Minas, para ser o seu deputado majoritário.

O potencial existente do candidato para cumprir o objetivo, reside na sua base política, considerada forte, trabalhando com diversas lideranças municipais em todo o Estado, aumentando seu potencial de votação.

Observa-se ainda, que o PMDB esta lançando candidato ao Governo de Minas, sendo Antônio Júlio um dos articuladores para a coligação PMDB/PT, e com isso ganha destaque na mídia, podendo alavancar a base partidária.

3.6. Aliados, adversários e atores neutros

Nas campanhas anteriores, o deputado Antônio Júlio contou com o apoio de diversos vereadores e respectivos suplentes, ex-prefeitos, candidatos não eleitos,

bem como, líderes comunitários, estudantes, profissionais liberais, dentre outros atores os quais foram importantes para sua reeleição.

É sabido que nas cinco campanhas eleitorais, houve alternância quanto ao número de aliados, atores neutros e adversários, ou seja, quem esteve alinhado à campanha em determinado processo eleitoral, pode não ter dado continuidade ao apoio empenhado, pode ter ficado em posição de neutralidade e até mesmo mudado de lado, para a posição oposta ao deputado, tornando-se, publicamente, seu adversário político.

Considerando as eleições de 2010, e os acordos partidários costurados até o momento, sabe-se que existem vários atores políticos que constituem a rede de apoio à campanha do deputado Antônio Júlio em Pará de Minas.

Conforme demonstrado na tabela 1 abaixo, os aliados representam uma grande parcela de votos do eleitorado paraminense, por serem detentores de mandatos eletivos, ou seja, vereadores. Há também suplentes de vereadores que declararam publicamente seu apoio e adesão à campanha do deputado Antônio Júlio no município e podem contribuir para aumentar sua votação.

Soma-se ainda a essa corrente de aliados a adesão de ex-prefeitos, vereadores, representantes de entidades de classes, empresários, líderes estudantis, esportivos e comunitários, que são pessoas expressivas na sociedade paraminense, e através das relações sociais que esses atores constroem cotidianamente, podem contribuir como líderes de opinião e realizar importante trabalho de divulgação da atividade parlamentar do deputado, reforçando sua imagem para o eleitorado.

Tabela 1 – vereadores eleitos e suplentes nas eleições de 2008, aliados do deputado Antônio Júlio

Cargo eletivo/Partidos	Votos individuais	% de votos
Vereador 01 - PMDB	1795	4,33
Vereador 02 - PSDB	1170	2,82
Vereador 03 - PP	1065	2,57
Vereador 04 - PMDB	816	1,97
Vereador 05 - PSDB	781	1,88
Suplente 01 - PMDB	689	1,66
Suplente 02 - PSDB	594	1,43
Suplente 03 - PSDB	545	1,31
Suplente 04 - PP	392	0,95
Suplente 05 - PMDB	347	0,84
Suplente 06 - PT	317	0,76
Suplente 07 - PT	296	0,71
TOTAL	8807	21,23

Fonte: ALMG, eleições 2008

No caso da campanha de Pará de Minas, torna-se difícil detectar os atores neutros, pois, é notório na cidade, a existência de três correntes políticas, a saber: o próprio deputado Antônio Júlio (PMDB), seu adversário político, o deputado Inácio Franco (PV), e o deputado federal Eduardo Barbosa (PSDB).

Nas campanhas anteriores, os deputados Antônio Júlio e Eduardo Barbosa se absteram de fazer dobradinhas na cidade de Pará de Minas e, dessa forma, ambos se mantiveram neutros em relação um ao outro candidato. Em 2010, espera-se que tenham a mesma postura.

Quanto aos adversários políticos, fica evidenciado a corrente do deputado Inácio Franco, composta de vereadores e suplentes, contando ainda com a adesão do prefeito Zezé Porfírio (PR) e do vice-prefeito Eugênio Mansur (PPS), o que não é pouco, já que o deputado Inácio Franco, em seu primeiro mandato, conquistou a condição de majoritário em Pará de Minas, fato que o deputado Antônio Júlio deseja reverter.

Na tabela 2, abaixo, é demonstrado os principais apoiadores do deputado Inácio Franco na Câmara Municipal, quais sejam:

Tabela 2 – Adversários do deputado Antônio Júlio na Câmara Municipal de Pará de Minas

Cargo eletivo/Partidos	Votos individuais	% de votos
Vereador 01 - DEM	1661	4,01
Vereador 02 - PV	1114	2,69
Vereador 03 - PPS	770	1,86
TOTAL	3545	8,56

Fonte: ALMG - eleições 2008

Comparando-se as tabelas 1 e 2, percebe-se uma ligeira vantagem do deputado Antônio Júlio, quanto ao potencial de votos dos atores aliados, cujo quantitativo é maior na Câmara Municipal conforme tabela 3, abaixo. Por outro lado, o candidato Inácio Franco, conta com o expressivo apoio do prefeito e vice-prefeito de Pará de Minas.

No decorrer da campanha, serão realizadas pesquisas junto ao eleitorado local, afim de apurar a tendência de voto dos eleitores paraminenses.

Tabela 3 – Comparação dos aliados e adversários na Câmara Municipal de Pará de Minas

Candidato	Vereadores aliados	Suplentes aliados
Dep. Antônio Júlio (PMDB)	5 vereadores – 13,57% votos	7 suplentes – 7,66 votos
Dep. Inácio Franco (PV)	3 vereadores – 8,56% votos	-

Fonte: ALMG – eleições 2008

Para consolidar os eleitores existentes, busca-se a mobilização da juventude partidária do PMDB no município, através de site de relacionamento afim, de criar uma empatia com o partido.

Através do jornal de pré-campanha, busca-se demonstrar a experiência exercida no decorrer de seu mandato. Discursar para os eleitores petistas, demonstrando a aliança feita pelo Presidente Lula, demonstrando que em Minas essa aliança também será vitoriosa.

3.6.1. – Ataques ao adversário

Quanto ao ataque ao adversário na cidade de Pará de Minas, busca-se demonstrar a fraca atuação parlamentar do adversário na Assembleia Legislativa, explorar sua imagem de político antipático, que não olha para os mais necessitados.

3.7. Análise de discurso

A análise do discurso corresponde a um vasto campo de pesquisa que torna o discurso, seja ele oral e/ou escrito, como importante objeto de estudo. A linguística, assim como a antropologia, a sociologia, a psicologia social, a ciência política e as ciências da comunicação usam de forma periódica a análise de discurso. Para essas disciplinas, o discurso é parte da ação social e como tal pode, e deve, ser estudado. Assim, a análise do discurso é uma prática especializada em analisar construções ideológicas presentes em um [texto](#). É muito utilizada, por exemplo, para analisar textos da [mídia](#) e as [ideologias](#) que trazem em si.

De acordo com a leitura do texto de Helena Brandão, o discurso é uma prática social de produção de textos. Isto significa que todo discurso é uma construção social, não individual, e que só pode ser analisado considerando seu contexto. Entende-se que o discurso envolve elementos tanto da realidade do autor quanto do receptor. Assim, a interpretação de um texto deve levar em conta a identidade social e histórica do autor e, a partir disto, situar o discurso como compartilhando desta identidade.

Para a compreensão acerca da importância do autor na análise do discurso, deve-se considerar que não se trata de indivíduos com vivência particular no mundo, isto é, um sujeito individualizado. Conforme salienta Cleudemar Fernandes, um sujeito discursivo deve ser considerado sempre como um ser social, apreendido em um espaço coletivo.

Já Foucault, entende que “chamaremos de discurso um conjunto de enunciados na medida em que se apóia na mesma formação discursiva(...) ele é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência”. Para ele, o que define de fato o sujeito é o lugar de onde fala, que “não importa quem fala, mas o que ele diz não é dito de qualquer lugar”. Esse lugar é um espaço de representação social que é uma unidade apenas abstratamente, pois, na prática, é atravessada pela dispersão (FOUCAULT, 1996).

O autor ainda salienta que “nada há por trás das cortinas, nem sob o chão que pisamos. Há enunciados e relações, que o próprio discurso põe em funcionamento. Portanto, analisar o discurso seria dar conta exatamente disso: de relações históricas, de práticas”.

Nessa perspectiva, entende-se que o discurso é uma ação do sujeito sobre o mundo e sua análise deve ser contextualizada, pois constrói uma interpretação e uma vontade dizer o que se pensa.

Segundo Carneiro e Carneiro (2007), o discurso político pode ser um campo onde vários discursos semelhantes se alojam, se assemelhando pelo objeto de suas análises.

O apelo do discurso político do deputado Antônio Júlio, se dará através de sua credibilidade política, juntamente com o posicionamento ideológico da coligação partidária majoritária.

Quando proferido, o discurso já nasce associado a uma retórica de outros discursos anteriores com semelhantes escolhas e exclusões.

O discurso de mandatário propositivo, se deve ao candidato ser deputado estadual, se assemelhando principalmente por ser um discurso de oposição ao atual governo do Estado de Minas Gerais.

3.8. O uso da internet: Twiter , Orkut, Youtube e site

O candidato deputado Antônio Júlio, conta com site atualizado diariamente (www.antoniojulio.com.br), sendo acessado semanalmente por 600 pessoas aproximadamente. Conta também com perfil no site de relacionamento Orkut, Twitter e Youtube, atingindo principalmente o eleitorado jovem da cidade, porém não conta com as potencialidades da web 2.0, não interagindo com os usuários do site.

A campanha na web veio para facilitar a propaganda política, principalmente para candidatos com pouco recurso. As vantagens de uso da internet são grandes, dentre elas estão: motivar as pessoas por suas ideologias partidárias, espalhar boatos sobre os adversários, segmentar um público de maneira rápida, direcionando discurso por idade de usuários, divulgação mais rápida de sua imagem utilizando jingles, spots e pronunciamentos no youtube.

O Tribunal Superior Eleitoral, regulamentou o uso da internet nas campanhas eleitorais, dando uma visão de veículo broadcasting, ou seja como se fosse um canal de rádio ou televisão⁴.

3.9. Pesquisas eleitorais

Na campanha eleitoral, torna-se necessário a aplicação de pesquisa de opinião pública, com o objetivo de medir e descrever novas regularidades, principalmente onde encontra-se acirrada a disputa eleitoral entre candidatos adversários.

No caso da campanha do deputado Antônio Júlio em Pará de Minas, propõe que sejam realizadas pesquisas para se saber sobre a disputa entre ele e seu adversário deputado Inácio Franco.

A pesquisa de survey é realizada para compreender a população da qual a amostra foi selecionada, visando conhecer preferências e comportamento dos eleitores em geral.

Segundo Babbie (1999, pg 78), um dos primeiros usos políticos do survey de atitudes ocorreu em 1880, com Karl Max sociólogo político, que enviou 25.000 questionários pelo Correio a trabalhadores franceses.

O modelo de pesquisa interseccional, com finalidade descritiva, será aplicado na cidade, buscando demonstrar a distribuição de traços e atributos, que retratam aspectos da realidade social do eleitorado.

A amostragem da população de Pará de Minas se dará pelo método não probabilístico de cotas, autoproporcionais, adotado pelos institutos de pesquisas, por ser menos dispendioso. O intervalo de confiança se dará em 95%, com erro amostral em 4,5 p.p.

⁴ A Resolução 23.191 do Tribunal Superior eleitoral (TSE), trata da campanha eleitoral na internet.

Serão feitas 500 entrevistas na cidade de Pará de Minas, com estratificação proporcional, com questionário estruturado e abordagem pessoal em fluxo populacional, usando as variáveis, sexo, idade, de acordo com o Tribunal Superior Eleitoral – TSE, o cálculo do peso das unidades habitacionais nos bairros, se darão através das informações prestadas pelo cliente.

Essa amostragem de 500 entrevistas é uma versão reduzida da população de Pará de Minas, onde os diferentes grupos sociais e as diferentes correntes de opinião estarão presentes na amostra aproximadamente nas mesmas proporções da população, evitando um viés - erro na seleção da amostra que produz sistematicamente um certo resultado.

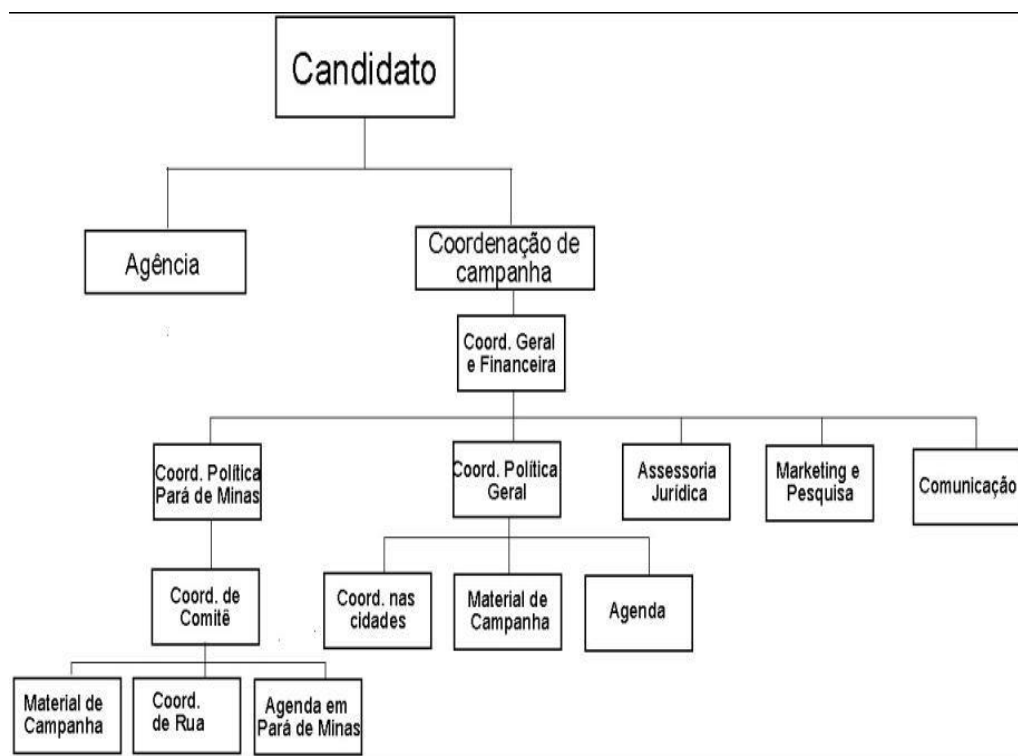
3.10. Coordenação da campanha: Equipe de trabalho

A estruturação da campanha está sendo desenvolvida com a colaboração dos serviços de dois jornalistas e dois profissionais de marketing, que são voluntários, entre outros que auxiliam na divulgação do candidato em Pará de Minas.

A campanha conta com uma coordenação geral responsável pela área financeira e produção do material impresso de campanha.

As demais funções do comitê de campanha visam dar o suporte necessário a toda divulgação da imagem do candidato, organizar reuniões, encontros com lideranças, distribuição do material de propaganda e visitas domiciliares na cidade de Pará de Minas e demais municípios da base eleitoral do deputado Antônio Júlio.

Organograma da estrutura de campanha do dep. Antônio Júlio em Pará de Minas, eleições 2010



Quanto ao material de campanha do deputado Antônio Júlio em Pará de Minas e demais cidades de sua base eleitoral está sendo feita mediante utilização do serviço de comunicação via emissoras de rádio AM/FM, bem como distribuição de santinhos, mídia exterior de até quatro metros quadrados em residências, cartazes, bandeirolas, bandeiras, jingle, novelinhas, bottons, carro de som e faixas.

Outro item importante em uma campanha eleitoral é o slogan, sendo caracterizado por sintetizar a candidatura e a imagem do candidato em quatro ou cinco palavras fortes. Sua função é diferenciar o candidato de seus concorrentes, principalmente, em campanhas proporcionais que tem um número elevado de candidatos.

O slogan deve conter o contraste que favoreça o candidato, como uma característica marcante, que leva o eleitor a se identificar inconscientemente, com a repetição exaustiva das palavras.

O deputado Antônio Júlio adotará o seguinte slogan: “Minas reconhece quem trabalha”, em alusão à sua experiência político partidária.

3.11. Recursos financeiros

Os recursos financeiros para a campanha eleitoral do deputado Antônio Júlio, vêm de várias pessoas que compartilham de suas ideias e projetos, dos contribuintes que tradicionalmente ajudam o partido, bem como das empresas que se sentem representadas pelo deputado.

Tendo gasto em torno de R\$350.000 (trezentos e cinquenta mil reais), na eleição de 2006, estima-se que na eleição de 2010, o gasto na campanha eleitoral fique em torno de R\$600.000,00 (seiscentos mil reais).

Devido a nova legislação ter restringido os materiais de propaganda, proibindo camisetas e brindes, as maiores despesas são com a contratação de pessoal e impressão de material em gráfica.

As dobradinhas entre candidatos nas eleições legislativas têm por objetivo tornar as campanhas eleitorais mais econômicas. Seguindo essa prática, o deputado Antônio Júlio fará dobradinhas com os candidatos nas eleições majoritárias, em santinhos e ploters de carros, juntamente com alguns candidatos a deputado federal, compartilhando o apoio político de ambos os candidatos em suas bases eleitorais.

Nesta fase de posicionamento estratégico, tem-se o dispêndio com pesquisas eleitorais, afim de compreender a população da qual a amostra será selecionada, visando conhecer preferências e comportamento dos eleitores nos municípios.

O deputado Antônio Júlio trabalha com lideranças locais de diversos municípios, em várias regiões do Estado buscando aumentar seu potencial de votação, gerando um grande gasto com deslocamento.

Será feito um jornal para a divulgação do trabalho parlamentar do deputado Antônio Júlio, informando sobre seus 25 anos de vida pública, com depoimentos de personalidades públicas mineiras e nacionais.

3.12. Surpresas que poderão vir deslocar o eixo da estratégia

Na implantação do planejamento estratégico da campanha eleitoral do deputado Antônio Júlio, deve-se prever as situações estemporâneas que porventura venham a deslocar o eixo de sua estratégia. Pode-se listar alguns pontos que podem vir a acontecer no decorrer da campanha eleitoral:

- Se houver apoio do ex-candidato a prefeito Elias ao outro candidato;

- Não houve coligação nas proporcionais PMDB/PT;
- Candidatura de uma forte candidata a Deputado Estadual do mesmo partido na região onde o deputado é votado;
- Implantação do sistema biométrico de impressão digital do eleitor pelo TRE-MG, que poderá acarretar na diminuição do eleitorado devido ao não cadastramento na cidade, bem como alto número de abstenções.

4. CONCLUSÃO

A finalidade do desenvolvimento deste trabalho, foi apresentar ao deputado Antônio Júlio a proposição de um planejamento eleitoral visando a organização de sua campanha política, através da implementação do marketing político, reordenando vários aspectos na condução de sua campanha eleitoral.

Observa-se que a implementação do marketing político na campanha eleitoral do deputado Antônio Júlio, tem produzido resultados altamente positivos na busca pela conquista dos votos de seu eleitorado, especialmente na cidade de Pará de Minas, sua terra natal, onde se vislumbrou que o candidato fosse reeleito e se tornasse majoritário.

Foi proposto ao candidato a profissionalização de vários aspectos de sua campanha política, tais como: a unificação de discursos, a padronização de materiais de campanha, e a realização de pesquisas buscando identificar o comportamento de seus eleitores, e ao mesmo tempo, sistematizar vários processos que antes eram baseados no senso comum.

A organização da campanha do deputado Antônio Júlio buscou aproximar o parlamentar das expectativas dos eleitores através da reafirmação de sua imagem de político experiente, comprometido com as demandas da sociedade mineira. Essa aproximação se deu principalmente no envolvimento dos seus correligionários e dos aliados em potencial, ou seja, os “líderes de opinião”, que se tornaram medianeiros entre as propostas do candidato e a parcela da população no qual estavam inseridos.

Buscou-se também conquistar a adesão de uma grande parcela dos atores inseridos nos movimentos sociais, juntamente com a juventude local e os desportistas que se identificavam com suas propostas políticas.

O discurso do candidato, foi alinhado ao discurso da coligação majoritária, o que contribuiu para angariar muitos simpatizantes opositoristas ao Governo Estadual que consideravam Antônio Júlio sua voz ecoante no parlamento mineiro, por sua postura de oposição ao Governo Estadual.

Através das pesquisas eleitorais realizadas em seu principal reduto eleitoral, a cidade de Pará de Minas, foi constatado que os eleitores confiaram na imagem construída pelo deputado e desejavam sua reeleição no Parlamento mineiro.

O engajamento partidário do deputado Antônio Júlio dentro do PMDB, contribuiu para alavancar o financiamento de sua campanha, através de doações de correligionários e simpatizantes partidários que apoiaram sua candidatura.

Embora não houvesse coligação partidária nas eleições proporcionais, existindo coligação somente nas eleições majoritárias, o deputado Antônio Júlio sempre dispôs de muito prestígio com o candidato ao Governo de Minas pela coligação “Todos Juntos por Minas Gerais” Hélio Costa, fato que o deixou em evidência na imprensa mineira.

Dentre os potenciais problemas do candidato, não houve nenhuma exploração por parte do candidato adversário deputado Inácio Franco, nas cidades de sua base eleitoral onde ambos foram votados na eleição anterior, e especialmente em Pará de Minas, onde o candidato Inácio fora majoritário na eleição passada.

Tendo esse seu conterrâneo como um adversário ferrenho, o deputado Antônio Júlio sempre se impôs em seus discursos políticos, levando suas propostas a toda a população paraminense, e nunca se esquivou em atender suas demandas, ainda que por parte do Governo Estadual, fosse contemplado com a indicação de emendas orçamentárias com valores inferiores ao deputado Inácio Franco. Em Pará de Minas, a população sempre considerou que a rivalidade dos dois candidatos era prejudicial ao município.

O jingle utilizado na campanha de 2006, foi considerado ultrapassado pela assessoria de campanha do deputado e, por isso foi incorporado à campanha de 2010 o jingle da coligação majoritária, que teve boa repercussão.

O sucesso eleitoral obtido nas urnas, foi possível graças à exploração dos pontos fortes do candidato, que soube trabalhar suas fragilidades com sua equipe de campanha, superando todos os obstáculos surgidos .no período eleitoral.

Quanto à pretensão de se tornar o deputado majoritário em Pará de Minas, o candidato deputado Antônio Júlio foi consagrado pelos eleitores paraminenses que o reelegeram com a maioria de votos em relação ao seu principal adversário o deputado Inácio Franco, obtendo uma votação superior a eleição de 2006, fato que foi muito comemorado por seus apoiadores, correligionários e aliados em geral.

5. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Jorge. **Marketing Político, hegemonia e contra hegemonia**. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo e Xamã Editora, 2002. V. 1.254p.

SILVA, Robert Valdei. **Marketing Político**. Ago. 2002. Disponível em: www.google.com.br. Acesso em: 02 junho. 2010.

KERBAUY, M. T. M. **Opinião Pública, Eleições e democracia**. Revista Comunicação Midiática, São Paulo, v. 4, p. 65-78, 2005.

ALBUQUERQUE, Afonso de (1999) **“Aqui você vê a verdade na tevê”**. A propaganda política na televisão. Niterói: Universidade Federal Fluminense. MCII. Página 13 a 115.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**, 6ª edição, Lisboa, Janeiro, 2001.

CERVI, Emerson Urizzi, O **“Tempo da política” e a distribuição dos recursos partidários: Uma análise do HGPE**. Disponível em <http://www.opiniaopublica.ufmg.br/emdebate/06-Cervi12.pdf>. Acesso em: 18 de Setembro. 2010.

VASCONCELLOS, Jorge Eduardo de. **Liderança carismática**. Rhvisão – Recursos Humanos n.9 ano 2, 1999. Disponível em http://www.docemalicia.com.br/d_downloads/gratuitos_d/Lideranca_Carismatica.pdf. Acesso em 19 de Setembro. 2010.

TELLES, Helcimara (2009): **“Partidos, Campanhas e voto: Como o eleitor decide nas municipais”**.

ALVES JR., Luis Carlos Martins, **O controle de constitucionalidade nas Constituições de 1891, 1934 e 1946: breve anotação acerca da evolução do processo constitucional brasileiro**, elaborado em 06.1998. Disponível em <http://jus2.uol.com.br/DOCTRINA/texto.asp?id=102>. Acesso em 28 de Setembro 2010.

ALBUQUERQUE, Afonso de; STEIBEL, Fabro Boaz; CARNEIRO, Carolina Maria Zoccoli, **A outra face do horário gratuito: Partidos Políticos e Eleições Proporcionais na televisão**, Dados, 2008/vol. 51, número 002, Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, Brasil, pp. 459-487.

CARNEIRO, Eduardo de Araújo; CARNEIRO, Egina Carli de Araújo, **Notas introdutórias sobre a análise do discurso, Fundamento da análise do discurso (2007)**. Disponível em: <http://www.duplipensar.net/artigos/2007s1/notas-introdutorias-analise-do-discurso-fundamentos.html>. Acesso em 30 de Setembro 2010.

BRANDÃO, Helena H. N. **Introdução à Análise do Discurso**. São Paulo: Unicamp, 2000.

FERNANDES, Cleudemar. **Análise do Discurso: reflexões introdutórias. Goiânia: Trilhas Urbanas: 2005.**

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. ed. 5°. São Paulo: Loyola, 1996

BABBIE, Earl, **Métodos pesquisa de Survey/Earl Babbie; tradução de Guilherme Cezarino – Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.**

NICOLAU, Jairo, **O Sistema de Eleitoral de Lista Aberta no Brasil**, luperj\Dados 2006 nº 4\Revista Dados 2006 n4.Vp. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/dados/v49n4/02.pdf>. Acesso em 14 de novembro 2010.

Anexo 2

Bottons, faixas e placas

Bottons



Bottons - 7cm



Adesvo - 30x30cm

Faixas e placas



Banner - 1x2m



Santinho - 7x10cm



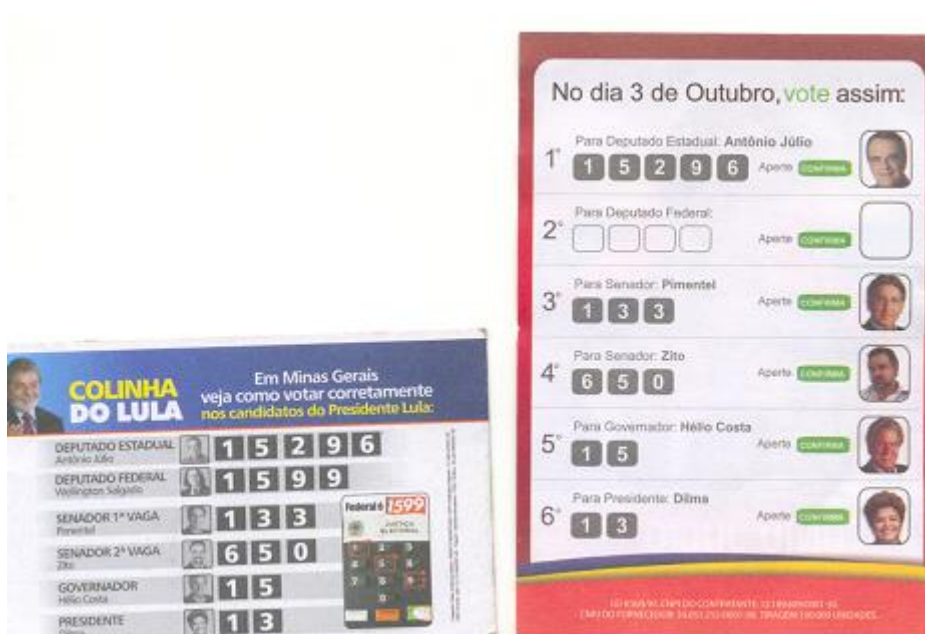
Faixa Digital - 3x1m



Placa PVC - 2x1m

Anexo 3

Dobradinhas



Jingles:

Jingle 1

*“Vamos em Antônio Júlio votar
pra deputado estadual...
ele é um homem de fibra e coragem
tras consigo uma grande vontade
de ver seu povo feliz...”*

*Quem tanto fez por sua terra natal
por Minas agora irá fazer...
ele é o homem certo
tem o coração aberto
e o que ele sempre quis e quer
é lutar por sua gente
e ver minas sempre a frente
faça o seu voto valer*

*15.296!!!
todos com Antônio Júlio
juntos outra vez!!!
Não se esqueça de mim
é o que ele diz no final
vote em Antônio Júlio
pra deputado estadual...”*

Jingle 2

*“O Brasil vai seguir em frente
Minas não pode ser diferente
com Lula, Dilma, Hélio, Patrus
Antônio Júlio vem com a gente
pra deputado estadual é o 15296
com Dilma, Hélio e Patrus e
com Antônio Júlio vamos outra vez...”*

*O Lula tá com Antônio Júlio eu também tô!
Antônio Júlio é Minas, eu também sô
deputado estadual Antônio Júlio sim senhor...*

*O Hélio tá com Antônio Júlio eu também tô!
Antônio Júlio é Minas, eu também sô
deputado estadual Antônio Júlio sim senhor...*

*A Dilma tá com Antônio Júlio, eu também tô!
Antônio Júlio é Minas, eu também sô
deputado estadual Antônio Júlio sim senhor...*

*Patrus está com Antônio Júlio, eu também tô!
Antônio Júlio é Minas, eu também sô
deputado estadual Antônio Júlio sim senhor...*

e o povo!

*O povo tá com Antônio Júlio, eu também tô!
Antônio Júlio é Minas, eu também sô
deputado estadual Antônio Júlio sim senhor...*

*Todo mundo tá com Antônio Júlio, eu também tô!
Antônio Júlio é Minas, eu também sô*

deputado estadual Antônio Júlio sim senhor...

*Todo mundo tá com ele, eu também tô
Antônio Júlio é Minas, eu também sô
deputado estadual Antônio Júlio sim senhor...*

É 15.296, Antônio Júlio para deputado estadual!

15.296!"

Pesquisa aplicada em Pará de Minas

Pesquisa Eleições 2010
Estado Minas Gerais
Entrevistas 500
Município Pará de Minas
Data Setembro de 2010

Apresentação:

Bom dia/Boa tarde.

Meu nome e _____, sou entrevistador do _____ e estou realizando uma pesquisa. O Sr(a) poderia responder a algumas perguntas? Gostaria de esclarecer que os resultados desta pesquisa são confidenciais, e em nenhum momento seu nome será mencionado nos resultados.

Atenção Entrevistador

Verificar se o Entrevistado é Eleitor no Município.

Filtro: Vc mora aqui neste bairro? 1- Não Agradeça e Encerre

Antes de começar a pesquisa deixe-me fazer algumas perguntas apenas para fins estatísticos

C01) SEXO: 1- MASC. 2- FEM. _____

C02) IDADE: 1- 16 a 17 2- 18 a 24 3- 25 a 44 4- 45 a 59 5- + 59 _____

C03) ESCOLARIDADE:
1- PRIMÁRIO C 2- 5ª a 8º Série 3- II GRAU C/I 4- SUPERIOR C/I _____

C04) Quantas pessoas acima de 16 anos moram na casa 9-NS
1- 1 pessoa 2- 2 pessoas 3- 3 pessoas 4- 4 pessoas 5- 5 pessoas 6- 6 pessoas 7- acima de 7 pessoas _____

Vamos falar um pouco da Sua Cidade

P01) Em sua opinião a cidade de Pará de Minas esta progredindo:(espontânea)
1- SIM 2- NÃO 9-NS/NR _____

P02) Gosta de Conversar sobre política? (espontânea)
1- Gosta Muito 2- Gosta 3- Gosta mais ou menos 4- Não Gosta 5- Detesta 9- NS _____

VAMOS FALAR SOBRE O BRASIL

P03) Em sua opinião o Pres. Lula está fazendo uma administração boa ou ruim? (espontânea)

P04) Em sua opinião o Governador Anastasia está fazendo uma administração boa ou ruim? (espontânea)

P05) Em sua opinião o Prefeito Zezé Porfírio está fazendo uma administração boa ou ruim? (espontânea)

P16) Se a eleição para Deputado Federal fosse entre estes em quem vc votaria? (disco 3) – 9- NS

1- Eduardo Barbosa	5- Lincoln Portela	7- NSA
2- Dr. Paulo Cesar	6- Jaiminho Martins	10- Indeciso
3- Newton Cardoso	8- Jorge Piriquito	11- Nenhum destes
4- França (cadeira de rodas)		_____

P17) Se a eleição para Deputado Estadual fosse hj em quem vc votaria? (espontânea)

1- Inácio Franco	9- NS
2- Antônio Júlio	7- Indeciso
3- Marquinhos do Taxi	8- Branco/Nulo/Viajar

Outro Nome: _____

P18) Se a eleição para Deputado Estadual fosse entre estes, em quem vc votaria? (disco - 4)

1- Inácio Franco	4- Gustavo Perrela	7- NSA
2- Antônio Júlio	5- Indeciso	11- Nenhum destes
3- Marquinhos do Taxi	9- NS	_____

APENAS PARA QUEM ESCOLHEU UM CANDIDATO NA PERGUNTA ANTERIOR

P19) Em relação ao candidato que o SR(a) escolheu, até o dia da eleição vc pode mudar de candidato ou não?

1- Pode Mudar	2- Não Pretende Mudar	7- NSA	9- NS	_____
---------------	-----------------------	--------	-------	-------

P20) Entrevistador: _____ |_____|

P21) Bairro: _____ |_____|

Entrevistado: _____

End.: _____

Tel: _____