

IV CONGRESSO LATINO AMERICANO DE OPINIÃO PÚBLICA DA WAPOR - WORLD  
ASSOCIATION OF PUBLIC OPINION RESEARCH,  
BELO HORIZONTE, BRASIL

AT 4: Opinião Pública, Campanha e Voto

**“Economia, religião e voto no Brasil: A questão do aborto na eleição presidencial  
de 2010”**

Silvia Cervellini – Diretora de Atendimento e Planejamento – IBOPE Inteligência

[silvia.cervellini@ibope.com.br](mailto:silvia.cervellini@ibope.com.br)

Malu Giani – Gerente de Atendimento e Planejamento – IBOPE Inteligência

[malu.giani@ibope.com.br](mailto:malu.giani@ibope.com.br)

Patrícia Pavanelli – Analista de Pesquisa – IBOPE Inteligência

[patricia.pavanelli@ibope.com](mailto:patricia.pavanelli@ibope.com)

**Palavras-chave:** eleições 2010, Dilma Rousseff, José Serra, aborto, religião, evangélicos, conservadorismo.

## AGRADECIMENTOS

Equipe CIDI pela ajuda no levantamento de notícias e artigos

Fátima Batista pelo levantamento das séries históricas

Juliana Sawaia, Cristina Rother e Tiago Nunes Magalhães  
por disponibilizarem os dados do BuzzMetrics

Soraia Biaso pela elaboração dos gráficos

## 1 – A HISTÓRIA DA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2010 PELA ÓTICA DAS PESQUISAS ELEITORAIS DO IBOPE INTELIGÊNCIA

Especialistas em marketing político no Brasil planejam suas atividades a partir de uma organização temporal que, simplificada, poderia ser aplicada à eleição presidencial de 2010 da seguinte forma:

Definição das candidaturas	Pré-campanha	Início da campanha/propaganda eleitoral	Monitoramento	Reta final 1º Turno	Campanha 2º turno
Até Maio/2010	Junho e Julho 2010	Agosto de 2010	Até 20 de Setembro	Até 1º de Outubro	Até 30 de Outubro

### A pré-campanha

Em Maio, apesar de certa polêmica sobre as diferenças de resultados entre os diversos institutos de pesquisa, o diagnóstico era consensual: Dilma Rousseff havia se consolidado como candidatura situacionista e apresentava certo favoritismo em uma disputa polarizada com José Serra.

Esse diagnóstico comum refletia um contexto bem mais consistente e estável do que os “retratos” momentâneos das pesquisas até aquele momento. Tal contexto foi abordado de forma aprofundada no paper “Cenário eleitoral 2010: mudanças e continuidades no comportamento eleitoral do Brasil pós-Lula”, premiado no congresso mundial da WAPOR de 2010: todas as análises descreviam um contexto político marcado pelo forte desejo de continuidade de políticas federais, sobretudo no plano econômico e social, além da forte influência do próprio Presidente Lula.

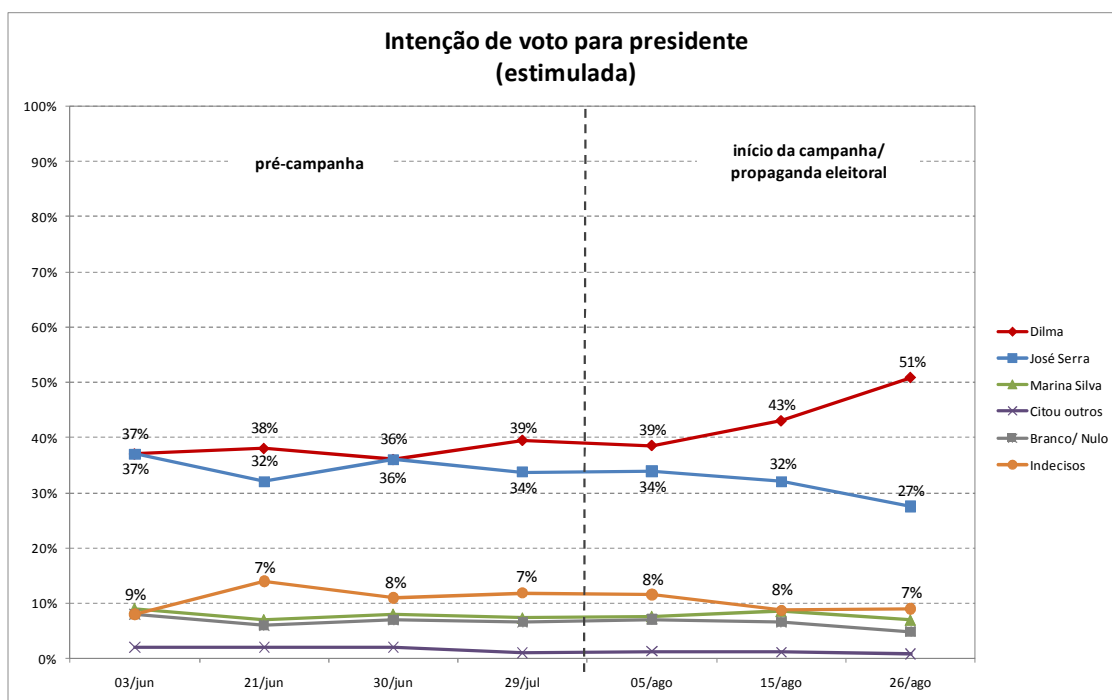
Ao longo de Junho e Julho essa tendência se concretizou e a candidata Dilma Rousseff chegou às vésperas do início da propaganda eleitoral gratuita com uma vantagem de 11 pontos percentuais sobre o candidato opositor, José Serra.

## 1.1– Início da campanha/propaganda eleitoral

As primeiras pesquisas após uma semana de veiculação da propaganda eleitoral indicaram que a candidata governista passou no teste da exposição maciça e que a campanha do PT estava conseguindo alçar as intenções de voto de Dilma Rousseff ao patamar esperado para uma candidatura ancorada em um governo com popularidade que chegava a 80%.

Do lado da oposição, por sua vez, registrava-se clara perda de espaço, indicando que a campanha de José Serra não estava sendo capaz de reverter o quadro gerado pelo contexto político da disputa.

**Gráfico 1 – Evolução da intenção de voto para Presidente – Total da amostra – Brasil – Julho a Agosto/2010 – 1º turno**

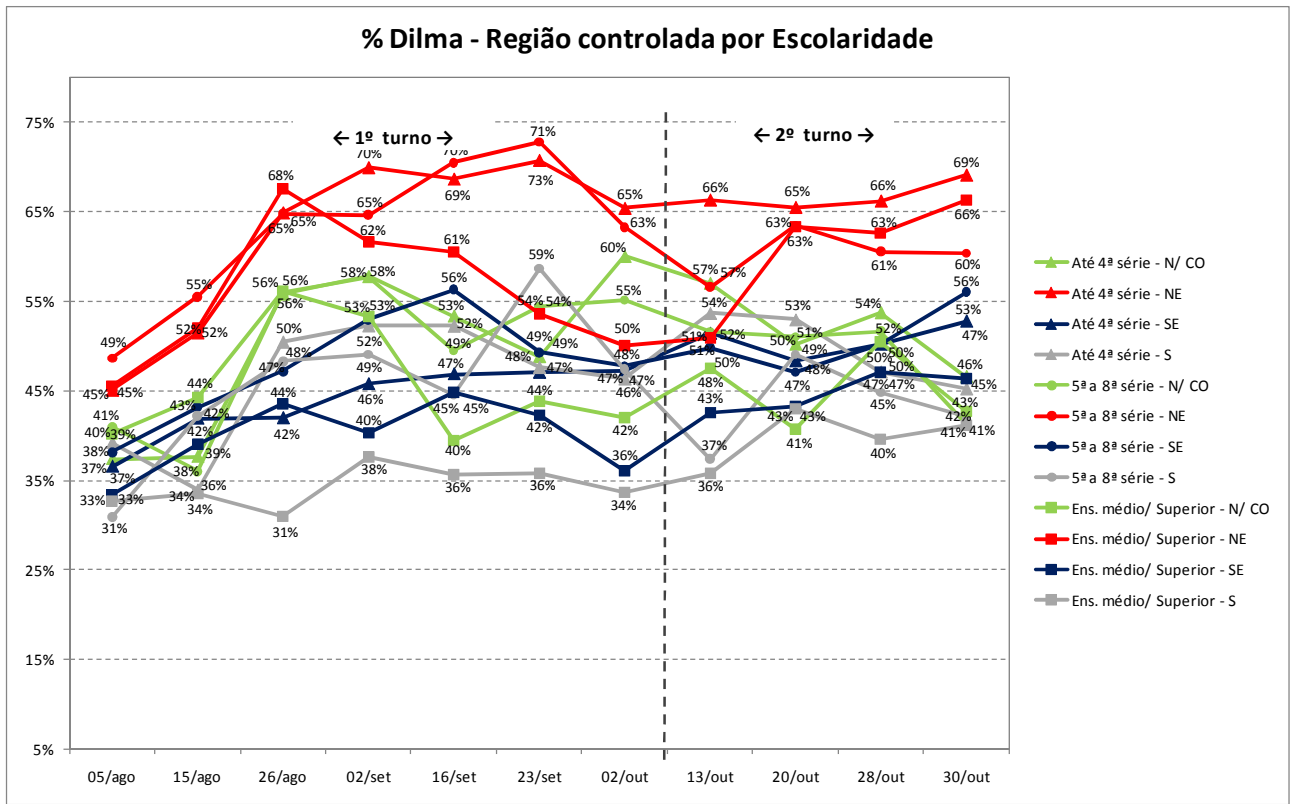


Fonte: IBOPE Inteligência

Em termos de segmentação sócio-econômica e geográfica, os resultados das rodadas até meados de Agosto apontavam algumas preferências dos diferentes segmentos do eleitorado brasileiro:

- Por gênero: Dilma Rousseff, seguindo tendência já observada para Lula nas duas eleições anteriores, obtinha melhores resultados entre os Homens do que entre as Mulheres, com diferenças em torno de 9 e 8pp.
- Por idade: Marina Silva e José Serra com um pouco mais de aceitação entre os eleitores de 16 a 24 anos. Ponto fraco de Dilma, no entanto era faixa de 50 anos ou mais, em que empatava tecnicamente com o tucano.
- Por escolaridade: Intenções de voto em José Serra cresciam quanto maior a escolaridade do eleitor, chegando a ultrapassar Dilma na faixa com Nível Superior completo ou mais. Marina Silva também obtinha resultados significativamente melhores nesse segmento mais escolarizado.
- Por renda familiar: Intenções de voto em Dilma subiam conforme descíamos nas faixas de renda familiar, ao contrário de Serra. Entre os com renda de até 1 salário mínimo a vantagem de Dilma era de mais de 10 pontos, ao passo que na faixa de renda mais alta Serra ficava em primeiro lugar.
- Por região: Desde as primeiras pesquisas eleitorais divulgadas, em consonância com os resultados de avaliação do Governo Lula, a candidata do PT tinha índices de intenção de voto significativamente mais altos no Nordeste, enquanto o candidato do PSDB mantinha liderança no Sul. No Sudeste, refletindo a tendência geral da campanha, Dilma passou à frente de Serra já em meados de Agosto. Ainda nessa dimensão, as pesquisas permitiram visualizar o “fator Nordeste”, não associado ao nível sócio-econômico mais baixo do eleitorado da região. Conforme análise de José Roberto Toledo publicada em seu blog e no jornal O Estado de São Paulo, em 28 de Agosto: *“Na eleição 2010, quem dita a tendência é o Nordeste. Quando José Serra (PSDB) ainda liderava sozinho as pesquisas sobre a sucessão presidencial, os eleitores nordestinos já preferiam Dilma Rousseff (PT). À época, era comum atribuir esse comportamento ao assistencialismo do governo Lula na região. O tempo mostrou que essa explicação é reducionista e insuficiente. Reducionista porque desde sempre a preferência por Dilma incluiu os nordestinos ricos e pobres, escolarizados ou não, com e sem bolsa federal. E insuficiente porque ela não explica o fato de essa tendência ter extrapolado as fronteiras do Nordeste.”*

**Gráfico 2 – Evolução da intenção de voto para Presidente – Dilma Rousseff – Região Nordeste Total e Controlando por Escolaridade – 05/08 a 30/10/2010**



Fonte: IBOPE Inteligência

O fortalecimento da candidatura de Dilma Rousseff na segunda quinzena de Agosto trouxe algumas alterações nessas tendências, indicando que a propaganda “homogeneizava” as preferências eleitorais, ao igualar o nível de conhecimento dos diferentes estratos sobre a candidatura governista:

- Por gênero: Dilma cresceu mais entre Mulheres que entre Homens e na rodada de 26 de agosto o gap de gênero diminuiu de 9 para 6 ou 5 pontos percentuais.
- Por idade: Dilma cresceu igualmente nas diversas faixas etárias enquanto concorrentes oscilaram negativamente. Sua vantagem sobre Serra passou de 13 para 23 pontos percentuais entre os jovens de 16 a 24 anos. Entre os mais velhos Dilma abriu 19 pontos percentuais de vantagem, contra os 6 de antes da propaganda eleitoral.
- Por escolaridade: Dilma chegou em 26 de agosto com vantagens superiores a 20 pontos percentuais tanto entre os com até 4ª série, como entre os de 5ª a 8ª e também com Ensino Médio. E mesmo no segmento com Nível Superior, Serra perdia numericamente, com índice 4 pontos menor do que o da petista.
- Por renda familiar: Dilma ganhou ainda mais força nas faixas com rendimento de até 2 salários mínimos, abrindo até 30 pontos de vantagem sobre Serra, que por sua vez concentrou e intensificou sua liderança entre eleitores com renda familiar de 10 salários mínimos ou mais.
- Por região: Dilma alcançou patamares de mais de 60% das intenções de voto do eleitorado nordestino.

A consolidação do favoritismo da candidata do PT confirmava as análises pré-eleitorais, na medida em que observávamos uma associação cada vez mais forte entre o voto para Dilma e a aprovação do Governo Lula, assim como o reconhecimento de benefícios de sua política econômica e de seus programas sociais, conforme mostram os resultados das pesquisas do IBOPE Inteligência abaixo:

**Tabela 1 – Intenção de voto para Presidente – Dilma Rousseff – Entre entrevistados com avaliação positiva do Presidente Lula e entre domicílios beneficiados com Bolsa Família**

<b>Intenção de voto em Dilma Rousseff entre quem:</b>	<b>Pré-campanha Junho/julho</b>	<b>26 de Agosto</b>	<b>16 de Setembro</b>
Avaliava o Governo Lula como “Ótimo/Bom”	49%	61%	61%
Domicílio recebia Bolsa-Família	43%	63%	69%

Fonte: IBOPE Inteligência

**Tabela 2 – Opinião sobre o poder de compra e consumo e oportunidade de emprego – Brasil, Eleitores de Dilma Rousseff e Eleitores de José Serra**

<b>Achavam que situação da (área) tinha melhorado muito/um pouco nos últimos dois anos (pré-campanha):</b>	<b>Total</b>	<b>Entre eleitores de Dilma</b>	<b>Entre eleitores de Serra</b>
Poder de compra ou de consumo	72%	85%	63%
Oportunidades de emprego	56%	70%	47%

Fonte: IBOPE Inteligência

**Tabela 3 – Opinião sobre Dilma Rousseff – Brasil/2010**

<b>Achavam que Dilma Rousseff seria a melhor para:</b>	<b>26 de Agosto</b>
Manter a nossa economia forte e o crescimento do poder de compra da população	54%
Manter o prestígio do Brasil no exterior	53%
Dar atenção à população mais pobre	52%
Melhorar a qualidade da educação e das escolas públicas	49%
Melhorar a situação da segurança pública e do combate à violência	47%
Melhorar o combate à corrupção	44%
Melhorar a qualidade da saúde e dos hospitais do país	41%
Melhorar a preservação do meio ambiente do país	40%

Fonte: IBOPE Inteligência

## **1.2 - Monitoramento e reta final do 1º turno**

Nesse momento da campanha claramente favorável à candidatura situacionista, surgiram os casos das denúncias de quebra de sigilo fiscal de pessoas ligadas ao candidato José Serra, assim como as envolvendo a Ministra da Casa Civil, Erenice Guerra. Nas rodadas de pesquisas do IBOPE Inteligência com datas de campo mais próximas ao período de repercussão mais intensa desses casos, constatou-se um impacto insuficiente nas predisposições eleitorais para alteração do quadro já delineado, já que os simpatizantes de cada candidato tendiam a interpretar os casos a seu favor.



**Tabela 4 – Opinião sobre denúncias de quebra de sigilo fiscal - Brasil/2010**

<b>Sobre as denúncias de quebra de sigilo fiscal (rodada de 16/09):</b>	Total	Entre eleitores de Dilma	Entre eleitores de Serra
Tinham ouvido falar das denúncias	48%	45%	55%
Achavam que quebra tinha sido ordenada por pessoas da campanha de Dilma	32%	22%	47%
Já tinham mudado ou estavam pensando em mudar de voto por causa desse caso	7%	6%	8%

Fonte: IBOPE Inteligência

**Tabela 5 – Opinião sobre o caso da Ministra Erenice Guerra - Brasil/2010**

<b>Sobre o caso da Ministra Erenice Guerra (rodada de 23/09) (*):</b>	Total	Eleitores de Dilma	Eleitores de Serra
Tomou conhecimento da demissão e da acusação e acha que essa é verdadeira	27%	21%	30%
Tomou conhecimento da demissão, não conhecia a acusação, mas acha que essa é verdadeira	7%	7%	7%
Não tomou conhecimento da demissão nem da acusação, mas acha que essa é verdadeira	9%	9%	10%
Acha que acusação é falsa	6%	9%	3%
Não tem opinião formada	52%	54%	49%

Fonte: IBOPE Inteligência. (\*) A partir de três perguntas independentes. Formulação completa disponível no site.

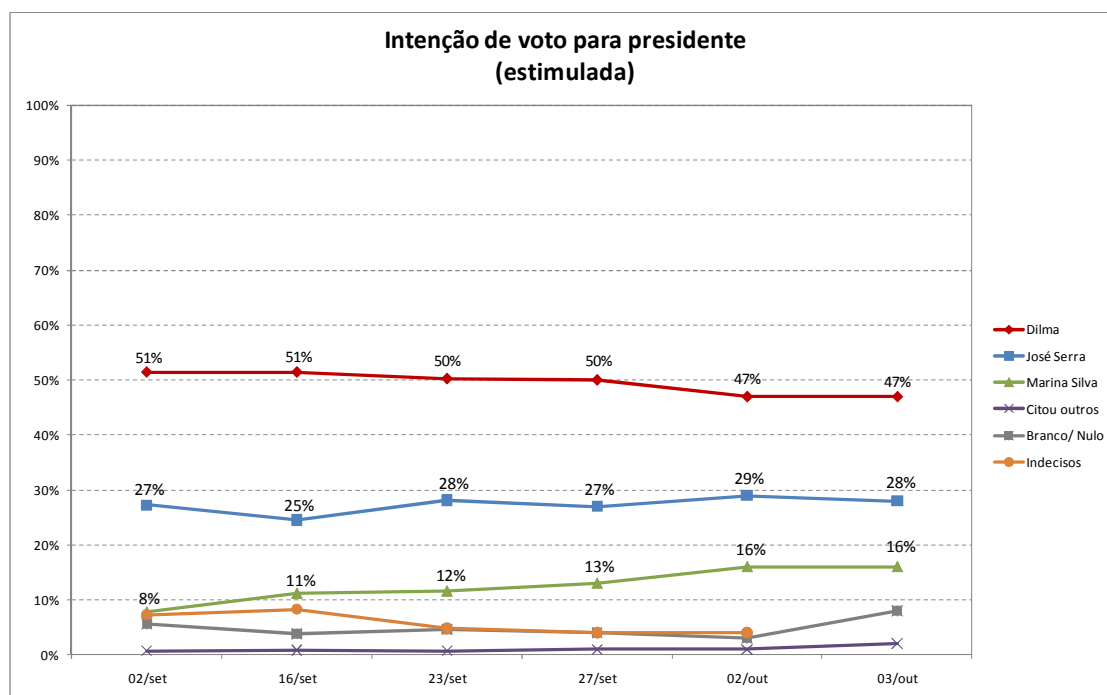
**Tabela 6 – Opinião sobre o Dilma Rousseff e José Serra em relação ao caso da Ministra Erenice Guerra - Brasil/2010**

<b>Qual dos dois está agindo de maneira mais correta em relação a esse caso? (rodada de 23/09):</b>	Total	Eleitores de Dilma	Eleitores de Serra
Dilma	24%	41%	5%
Serra	16%	4%	39%
Nenhum dos dois está agindo corretamente (vol.)	14%	11%	10%
Não sabe/Não respondeu	46%	44%	46%

Fonte: IBOPE Inteligência

Assim, tudo indicava que Dilma caminhava para uma vitória no 1º turno, mas ao longo da 2ª quinzena de Setembro seu crescimento foi interrompido e os concorrentes, sobretudo Marina Silva, demonstraram um fôlego que poderia ser capaz de levar a decisão para o 2º turno, o que de fato acabou ocorrendo.

**Gráfico 3 – Evolução da intenção de voto para Presidente – Total da amostra – Brasil – Setembro a Outubro/2010 – 1º turno**



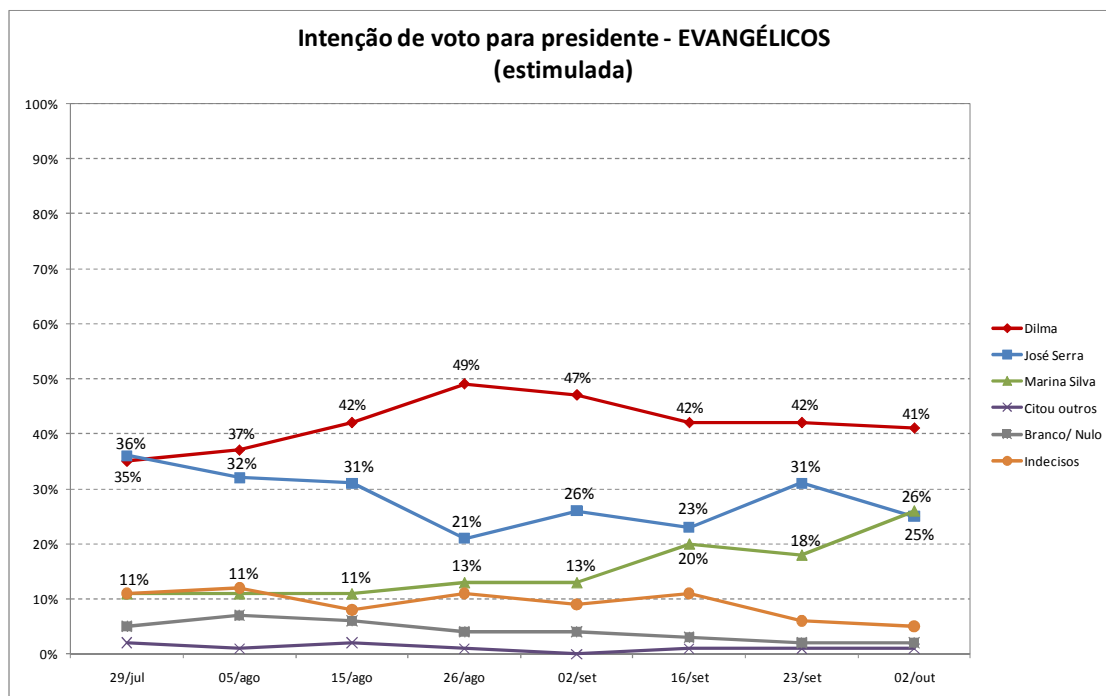
Fonte: IBOPE Inteligência

Ao analisarmos a evolução das intenções de voto pelas diferentes segmentações sócio-demográficas e geográficas, não era possível detectar um foco específico da reversão de tendência de vitória da candidata do PT no 1º turno. Entre a rodada de 2/09 e 16/09 vimos Marina Silva elevar seu patamar de intenções de voto para mais de 10% em diversos segmentos, com exceção dos eleitores com até 8ª série, aqueles com renda inferior a 2 salários mínimos, assim como os da região Nordeste. No entanto, esse movimento ascendente de Marina não era acompanhado de perdas significativas, nem sucessivas, de Dilma, parecendo mais uma migração de indecisos/sem candidato para a candidata do Partido Verde.

O único cruzamento que apresentava uma queda mais significativa e consistente da candidata do PT era o por religião. Com efeito, entre os eleitores evangélicos, dos 49% obtidos por Dilma em 26 de Agosto, seu índice oscilou para 47% em 2 de Setembro e novamente para 42% em 16 de Setembro. Ao mesmo tempo, Marina Silva chegou em 13%, manteve na semana seguinte e subiu para 20% em 16 de Setembro. Esse período

coincidia com a intensificação, sobretudo na internet conforme veremos no próximo capítulo, da polêmica sobre aborto com foco na candidata Dilma Rousseff.

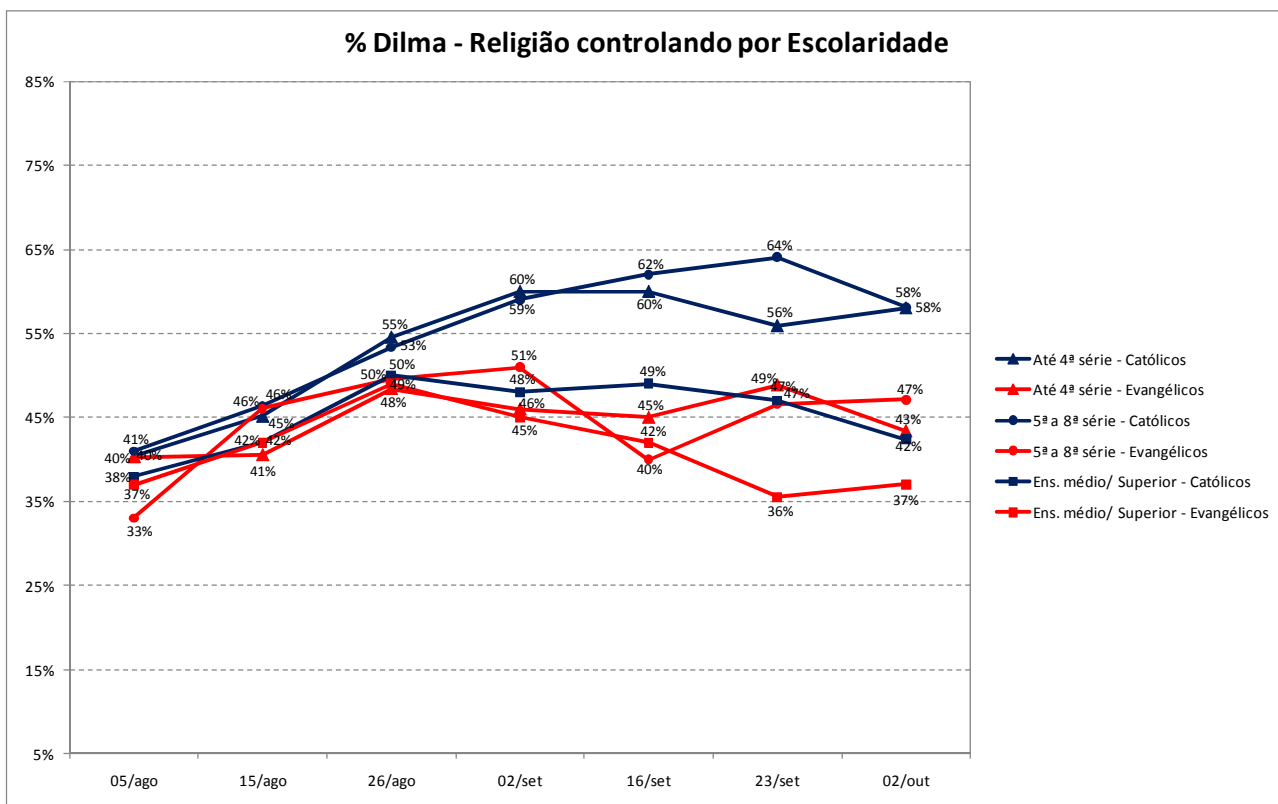
**Gráfico 4 – Evolução da intenção de voto para Presidente – Evangélicos – Brasil – Julho a Outubro/2010 – 1º turno**



Fonte: IBOPE Inteligência

A confirmação da hipótese de que o tema aborto mobilizou eleitores evangélicos a migrarem de Dilma para outras candidaturas pode ser visualizada ao controlarmos essa evolução por escolaridade e por renda. Com efeito, independente do nível sócio-econômico e escolar, os eleitores evangélicos seguiram a mesma tendência em Setembro. O gráfico 5 mostra quedas mais significativas e consecutivas no segmento com escolaridade mais alta (médio ou superior), mas também fica clara a curva descendente dos demais segmentos, apesar de uma recuperação na rodada de 23 de Setembro.

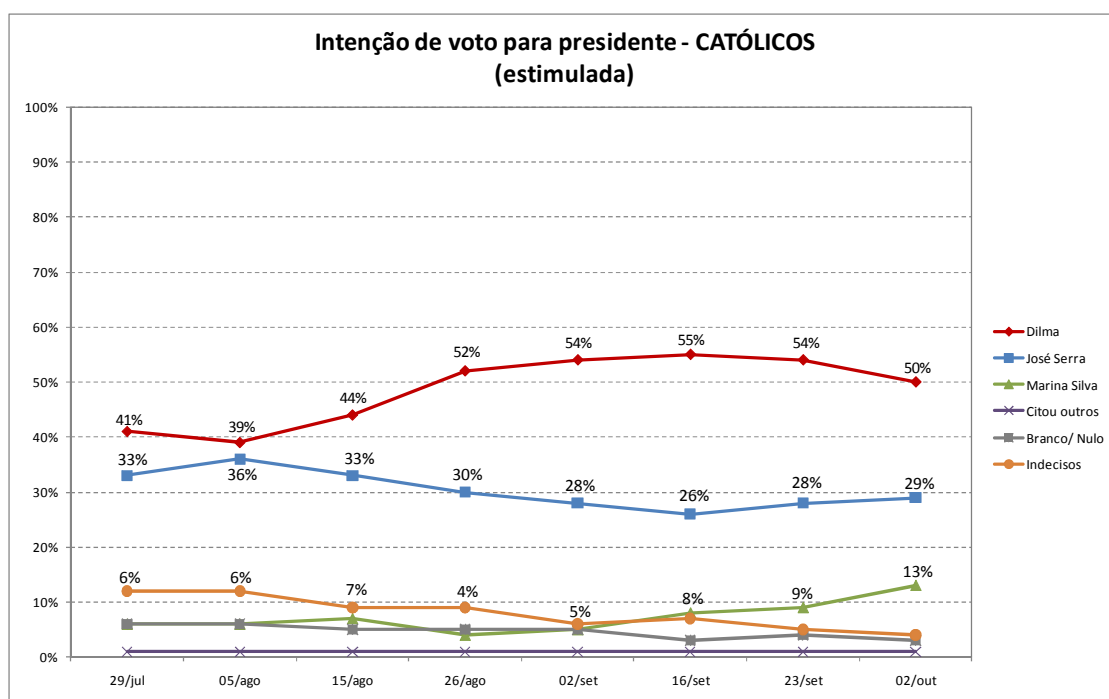
**Gráfico 5 – Evolução da intenção de voto para Presidente – Dilma Rousseff – Evangélicos controlado por Escolaridade – Brasil – Agosto a Outubro/2010 – 1º turno**



Ao mesmo tempo a rejeição de Dilma começou a subir entre evangélicos e não nos outros grupos religiosos ou sem religião.

Mas se o movimento tivesse se restringido aos evangélicos, não teria impacto suficiente para levar a decisão ao 2º turno, mas entre Católicos, alguns dias depois dos Evangélicos, também constatou-se a migração de eleitores de Dilma para outros candidatos, o que não aconteceu no restante do eleitorado, com outras denominações religiosas minoritárias ou sem religião.

**Gráfico 6 – Evolução da intenção de voto para Presidente – Católicos – Brasil – Julho a Outubro/2010 – 1º turno**



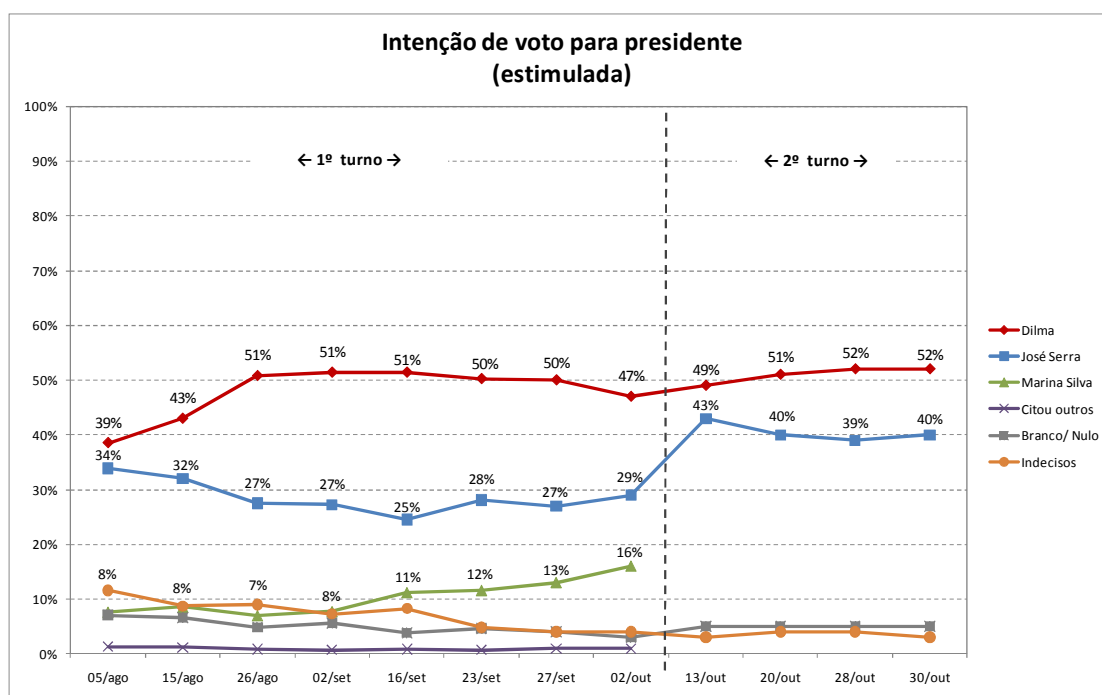
Fonte: IBOPE Inteligência

Como escreveu José Roberto Toledo no dia 1º de Outubro, no seu blog e coluna do jornal O Estado de São Paulo, representando o diagnóstico ao qual chegamos juntos (Toledo e Daniel Bramatti pelo O Estado de São Paulo e equipe do IBOPE Inteligência) a partir da análise das últimas pesquisas do IBOPE Inteligência: *“Os movimentos de última hora das campanhas a presidente em busca de apoios de lideranças evangélicas tem uma explicação: “Dilma Rouseff (PT) caiu repentinamente entre eleitores dessa fé na reta final da campanha (...) Em outras palavras, a polêmica em torno da legalização do aborto pode ter tido um peso maior no refluxo das intenções de voto de Dilma nessa reta final do que as denúncias de corrupção no governo e os ataques de Lula à imprensa.”*

## - Segundo turno

No segundo turno, reconhecendo o papel significativo do voto religioso e do tema aborto, as campanhas de Dilma e Serra adotaram diversas iniciativas a respeito, incluindo a Carta-Compromisso da campanha petista explicitamente sobre a não legalização do aborto, como será descrito no próximo capítulo. Além disso, uma ex-aluna de Mônica Serra fez declaração de que essa teria feito um aborto enquanto vivia no exílio com o marido. Tudo isso teve o efeito de “nivelar” os dois concorrentes aos olhos das comunidades religiosas, permitindo que o contexto político original dessa eleição voltasse ao centro do processo de decisão eleitoral e levasse ao resultado final esperado: vitória tranquila da candidata situacionista.

### Gráfico 7 – Evolução da intenção de voto para Presidente – Brasil – Julho a Outubro/2010 – 1º e 2º turno



Fonte: IBOPE Inteligência

## 2 - O REFLEXO DESSA HISTÓRIA NA MÍDIA TRADICIONAL E NA INTERNET

### 2.1 - A questão do aborto no histórico dos principais candidatos

Em uma eleição presidencial com duas mulheres candidatas era de se esperar que o debate sobre o aborto estivesse em pauta durante a campanha. Para os que são favoráveis, era a chance de avançar sobre as questões que envolvem o tema, principalmente ao tratá-lo como uma questão de saúde pública com a intenção de se evitar, dentre tantas consequências, a mortalidade de mães que fazem uso de uma prática clandestina, o aborto ilegal. Para os contrários, o desafio de impedir qualquer avanço que pudesse ferir a preservação da vida.

E o tema já era um velho conhecido dos dois principais candidatos da disputa, - José Serra e Dilma Rousseff, pelo menos como um problema de saúde pública. No que se refere à Marina Silva, a candidata apesar de defender um plebiscito sobre o assunto, se declarou abertamente contra o aborto.

Em entrevista à rede RBS, em maio de 2010, disse: *“Tenho uma posição contrária ao aborto, mas diria que esse assunto não é de fácil solução. [...] Defendo um plebiscito para que a sociedade se pronuncie. [...] Óbvio que as mulheres não fazem [o aborto] como método contraceptivo, fazem em um momento de desespero”*.

No caso de José Serra, foi durante sua gestão enquanto Ministro da Saúde do governo FHC, que ocorreu a normatização da realização de aborto nos casos permitidos por lei no Sistema Único de Saúde (SUS). Certo do impacto que a questão traria em uma possível disputa eleitoral, Serra sempre foi esquivo ao falar no assunto.

Mas em 2002, quando concorria pela primeira vez à Presidência da República, o candidato se posicionou claramente contra a descriminalização do aborto e deu garantias de que não faria mudanças na legislação sobre o tema. Naquele mesmo ano, em entrevista ao jornal Folha de S. Paulo, chegou a usar o termo "morticínio", ao ilustrar o que aconteceria se as mulheres passassem a procurar o aborto como método contraceptivo. Apesar disso tudo, não ganhou a disputa.

Já Dilma Rousseff, durante sabatina do jornal Folha de S. Paulo, em 2007, se mostrou aberta ao diálogo, afirmando *“que deveria haver descriminalização do aborto no país”* e

que *“o fato de não ser regulamentado é uma questão de saúde pública. Não é uma questão de foro íntimo.”*

Em 2009, a então Ministra da Casa Civil, deu uma entrevista à revista Marie Claire e demonstrou novamente que o assunto se tratava de uma questão de saúde pública: *“Duvido que alguém se sinta confortável em fazer um aborto. Agora, isso não pode ser justificativa para que não haja a legalização. Há uma quantidade enorme de mulheres que morrem porque tentam abortar em condições precárias.”*

Neste mesmo ano, o governo Lula lançou o Programa Nacional de Direitos Humanos, o PNDH- 3, que além de abordar a descriminalização do aborto, tratava de outros temas polêmicos como a união civil entre gays e a regularização da atividade de profissional do sexo. Na ocasião, foi duramente criticado pela igreja.

## **2.2 - A linha do tempo da eleição 2010 – Principais fatos**

A análise da linha do tempo da eleição presidencial 2010 mostra que o assunto esteve presente ao longo de todo o ano, atingindo seu ápice entre a reta final do primeiro turno e início do segundo. A divulgação de fatos na internet e nas comunidades religiosas foi um fator importante nesse contexto.

As declarações de Dilma Rousseff nas entrevistas de 2007 e 2009, somadas aos temas abordados no PNDH 3, lançado pelo governo Lula, foram o ponto de partida para a formação de um movimento a favor da preservação da vida, liderado pelas igrejas católicas e evangélicas.

Levantamento feito pelo blogueiro, Adriano Schoer e divulgado no blog de Rodrigo Viana<sup>1</sup>, comprova a ação da igreja e indica *links* de vídeos do Youtube postados a partir de março. O vídeo em questão apresenta a gravação de sermões do Padre Paulo Ricardo de Azevedo Júnior, pertencente ao clero da Arquidiocese de Cuiabá, fazendo críticas ao PNDH-3 e ligando o projeto ao governo do PT.

---

<sup>1</sup> *In Escrevinhador*: “A campanha contra Dilma nas igrejas”, <http://www.rodrigovianna.com.br/plenos-poderes/a-campanha-contradilma-nas-igrejas-prepara-se-o-terreno-para-um-ataque-maior.html>



Em abril, o jornal Folha de S. Paulo destaca o tema, com a matéria “A disputa pelo voto evangélico”, onde apostava quais lideranças evangélicas apoiariam cada um dos candidatos da disputa presidencial, inclusive Marina Silva. Foi neste mês que Ciro Gomes, cedeu à pressão de seu partido e desistiu de concorrer à Presidência. Passou a apoiar a candidatura de Dilma Rousseff.

Em maio, enquanto Dilma, em entrevista aos editores da revista “Isto É”, tentava minimizar suas antigas declarações sobre a questão do aborto, dizendo: *“acho estranhíssimo alguém falar que acho que o aborto é ótimo, porque não é; agora, outra coisa é enfrentar a realidade que existe, uma parte da população não tem acesso a esse serviço.”*, Lula recuava de algumas posições do PNDH-3, inclusive as relacionadas à descriminalização do aborto. No final deste mesmo mês, a Revista Veja publicou matéria apontando que a equipe de Dilma havia articulado a montagem de um “grupo de inteligência” para elaborar dossiês.

O mês de junho chega e com ele a oficialização das candidaturas, a definição dos candidatos a vice-presidente e a sanção da Lei da Ficha Limpa. Não há grandes destaques sobre a questão do aborto na internet. Na grande imprensa<sup>2</sup> tampouco, já que o principal assunto foi a denúncia do jornal Folha de S. Paulo sobre a existência de um dossiê aparentemente elaborado por integrantes da pré-campanha de Dilma, que continha dados fiscais sigilosos do vice-presidente do PSDB, Eduardo Jorge.

Em julho, Serra prometia se eleito a proibição da liberação do aborto, enquanto um bispo de Guarulhos anunciava sua posição contra Dilma e prometia pregar, em missas de 37 cidades, o voto contra a candidata. Do lado do PT, Dilma recebia o apoio de 15 lideranças evangélicas, mas durante encontro com lideranças de várias Assembléias de Deus do Estado de São Paulo, se deparou com fiéis contrários a sua candidatura.

Apesar desses acontecimentos, o aborto neste período foi tratado de maneira secundária pela grande imprensa, sendo ofuscado pelo polêmico programa de governo do PT, que propunha a taxaço de grandes fortunas e o combate ao monopólio da mídia. Além disso, Índio da Costa tinha acusado o partido de Dilma de ligação com o tráfico de drogas e com a FARC – Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia.

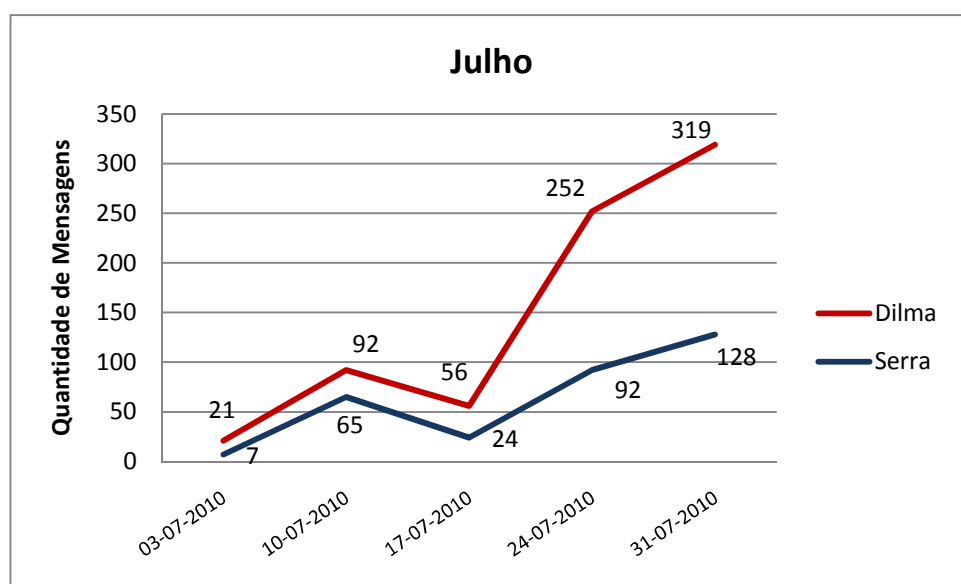
---

<sup>2</sup> Consideramos como grande imprensa os veículos mais tradicionais no país: revistas semanais de circulação nacional, jornais impressos de circulação nacional e programas jornalísticos da TV aberta.

Mas se neste mês o tema aborto não ganhava destaque na grande imprensa, na internet já começava a aparecer, como podemos verificar no estudo realizado pelo IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online, o *Buzzmetrics*<sup>3</sup>, que registrou neste período 749 mensagens com o termo “dilma aborto” e 340 com “serra aborto” na *web*.

O gráfico a seguir indica a evolução das menções mensurada pelo *BuzzMetrics*, considerando cada semana de julho.

**Gráfico 8 – Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na internet durante o mês de Julho/2010**



Fonte: *BuzzMetrics* - IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online

Em agosto, a revista *Veja* publicou reportagem sobre a descoberta da quebra de sigilo fiscal de três pessoas próximas ao candidato José Serra e o caso passa a envolver Verônica Serra, filha do candidato.

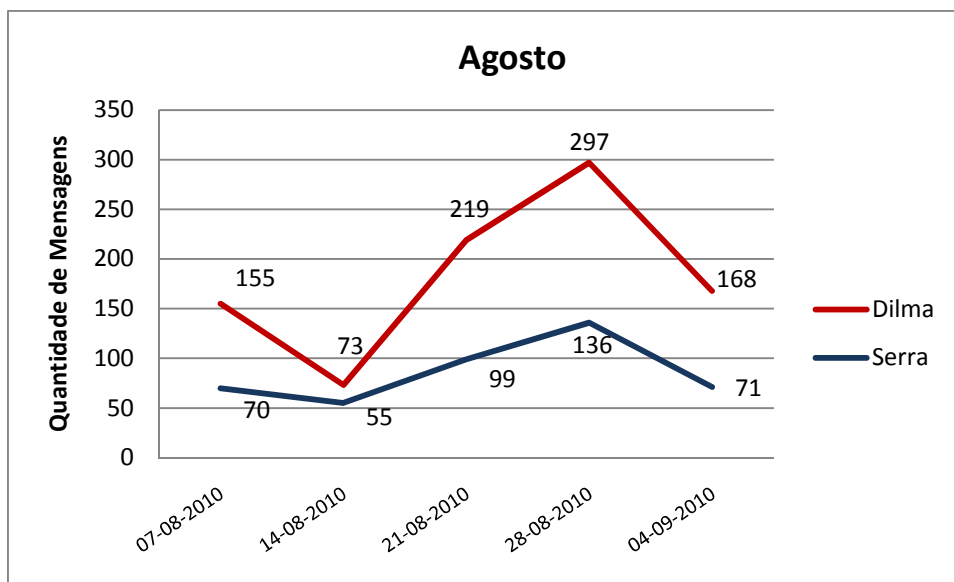
<sup>3</sup> O *BuzzMetrics* faz buscas em quatro CGMs (consumer generated media): Blogs, Boards (Fóruns em geral), Microblogs (Twitter) e Groups (grupos de discussão). A cobertura do *BuzzMetrics* no Brasil contempla a coleta diária de 10 mil posts em blogs de todos os segmentos de mercado. Além disso, monitora 4 mil fóruns, incluindo Sonico, MySpace, Yahoo Answers e Linked In. No Facebook, dentre as páginas públicas, somam-se diariamente ao banco de dados mais de 35 mil mensagens na língua portuguesa. Com o objetivo de se ter um conteúdo diversificado para análise, coleta-se também tweets e retweets do Twitter. A busca é feita através de uma combinação lógica de palavras-chave, as "query" e neste caso foram usadas "dilma aborto" "serra aborto" "monica serra aborto".

Com o início do horário eleitoral gratuito e maior exposição dos candidatos, a questão do aborto continuou em pauta:

- Marina declarou ser a favor de plebiscito sobre aborto
- Mônica Serra acusou Dilma de ser “a favor de matar criancinhas”
- Serra disse em entrevista que Dilma era contraditória sobre o tema
- PT tentou enfraquecer a tese de que Dilma seria a favor do aborto e produziu o boletim “13 motivos para o cristão votar em Dilma”.
- Panfleto foi distribuído nas comunidades e nas igrejas dizendo que Lula e Dilma assinaram o 3º Plano Nacional de Direitos Humanos, a favor da descriminalização do aborto.

Na internet, houve crescimento do termo aborto para ambos os candidatos. O termo “dilma aborto” teve um aumento de 23% em relação a julho. No caso de “serra aborto” o aumento foi de 36%, conforme gráfico 9 abaixo.

**Gráfico 9 – Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na internet durante o mês de Agosto/2010**



Fonte: *BuzzMetrics* - IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online

O caso da Quebra do Sigilo Fiscal ainda ficou em pauta pelas duas primeiras semanas de setembro, quando cedeu espaço para nova denúncia da revista Veja, desta vez sobre o envolvimento de Erenice Guerra, - então Ministra Chefe da Casa Civil e braço direito de Dilma durante sua gestão, na viabilização de negócios nos Correios, que eram

intermediados pela consultoria de seu filho, Israel Guerra. Lula passa a atacar a postura dos veículos de comunicação, que rebatem fazendo acusações de que o presidente estaria cerceando a liberdade de imprensa.

Nos primeiros dias da segunda quinzena de setembro, Erenice Guerra se demite do cargo. Na última semana do mês, o tema aborto volta a ganhar espaço na grande mídia e as pesquisas indicam crescimento de Marina Silva e José Serra entre os evangélicos e católicos e a queda de Dilma nos dois segmentos.

Neste contexto, Edir Macedo, da Igreja Universal, declarou abertamente apoio à candidata do PT e o pastor Silas Malafaia, da Assembléia de Deus, apoio a José Serra.

Segundo pesquisa do IBOPE, realizada já no segundo turno, em meados de outubro, com 2002 eleitores de todo país, 15% dos brasileiros declararam ter recebido no último mês alguma mensagem, seja em casa, na internet ou no trabalho criticando a candidata do PT, Dilma Rousseff. Outros detalhes podem ser conferidos na tabela 7.

**Tabela 7 – Recebimento de mensagem criticando algum candidato a presidente – Brasil 2010<sup>4</sup>**

	TOTAL	RELIGIÃO		
		CATÓLICA	EVANGÉLICA	OUTRAS/ SEM RELIGIÃO
Dilma	15%	15%	17%	16%
Serra	5%	5%	5%	6%
Marina Silva	1%	1%	1%	1%
Outros candidatos	3%	3%	3%	2%
Não sabe/ não lembra	58%	61%	56%	51%
Não respondeu	21%	19%	21%	28%

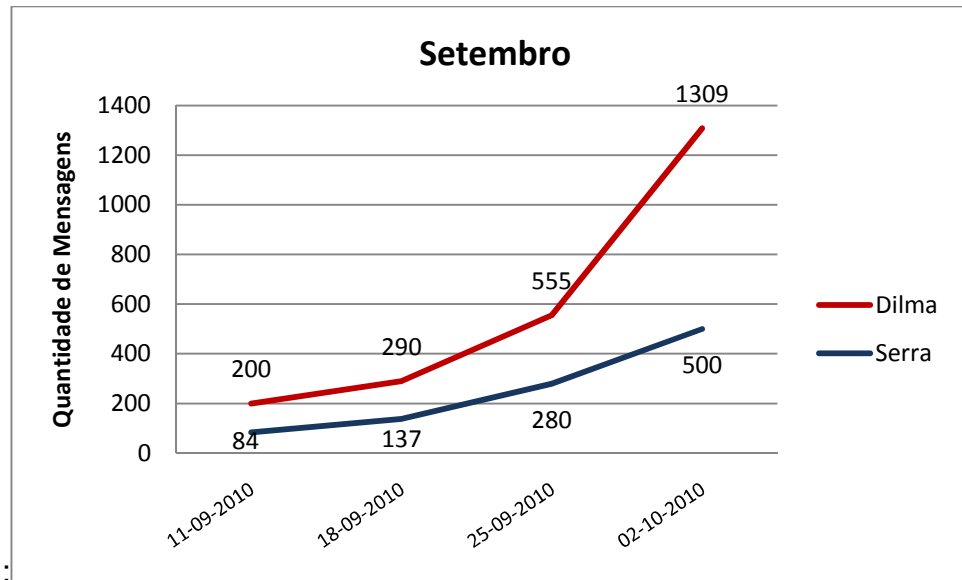
Fonte: IBOPE Inteligência – Pesquisa nacional realizada em outubro de 2010

A análise do *BuzzMetrics* de setembro revela um crescimento expressivo de mensagens com os termos “dilma aborto” e “serra aborto” em relação ao mês de agosto. As mensagens sobre Dilma aumentaram 158% comparadas ao mês anterior, enquanto as do

<sup>4</sup> Pesquisa nacional, realizada pelo IBOPE Inteligência com 2002 eleitores no mês de outubro. A pergunta aplicada foi: No último mês, o sr(a) recebeu alguma mensagem seja em sua casa, no seu trabalho ou pela internet criticando algum candidato a Presidente da República? (Caso sim) As mensagens que o(a) sr(a) recebeu criticavam qual candidato?

tucano subiram 132%. Foram registrados no total 2.354 mensagens com o termo “dilma aborto” e 1.001 com “serra aborto”.

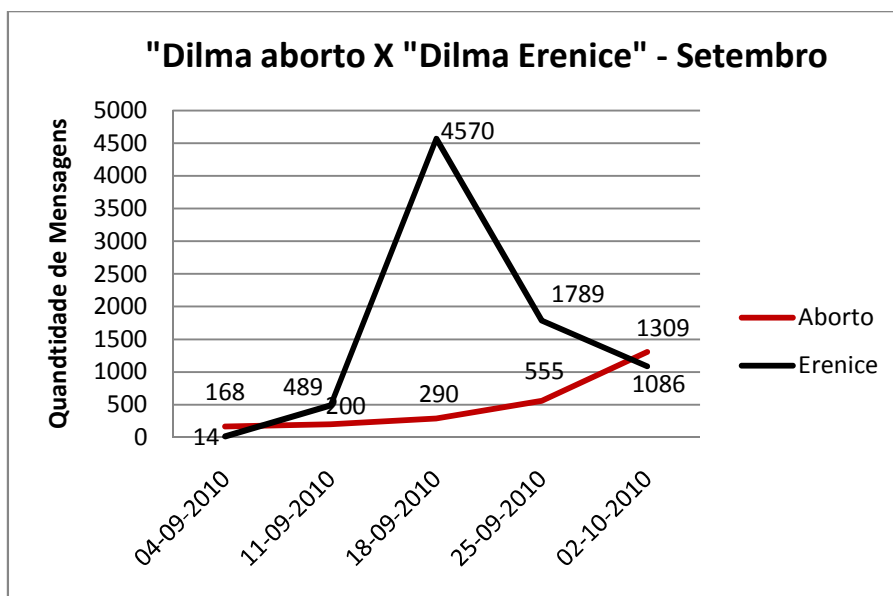
**Gráfico 10 – Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na internet durante o mês de Setembro/2010**



Fonte: *BuzzMetrics* - IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online

Apenas para ilustrar, podemos observar no gráfico abaixo a evolução das mensurações para os termos “dilma erenice” e “dilma aborto” – os maiores destaques do mês de setembro, a partir de dados do *BuzzMetrics*.

**Gráfico 11 – Número de menções ao termo “dilma aborto” e “dilma erenice” na internet durante o mês de Setembro/2010**



Fonte: *BuzzMetrics* - IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online

Como pudemos observar, na última semana de setembro, reta final da campanha do primeiro turno, as mensagens com o termo “dilma aborto” ultrapassaram as do caso Erenice Guerra.

### 2.3 - O tema Aborto no Segundo Turno

O fato da campanha eleitoral do segundo turno se concentrar em um único mês, fez de outubro um dos meses mais “quentes” da corrida presidencial. Na primeira quinzena, o debate político (nos programas eleitorais, na grande imprensa e na internet), girou quase que exclusivamente em torno da questão religiosa, dos valores cristãos, da preservação da vida.

O tema aborto ficou em voga até o debate na Rede Bandeirantes, ocorrido no dia 10 de outubro. Na ocasião, Dilma Rousseff pediu explicações a José Serra sobre Paulo Vieira de Souza, engenheiro também conhecido como Paulo Preto, ex-diretor do Dersa e ex-membro do governo tucano em São Paulo e que, segundo a candidata teria “*fugido com R\$ 4 milhões da campanha do tucano arrecadados de forma desconhecida*”. Serra negou conhecer o engenheiro, fazendo com que o episódio então ganhasse grandes proporções,

já que Paulo Preto se sentiu abandonado e passou a fazer ameaças públicas ao candidato. O caso instigou a mídia brasileira, que fez novas denúncias envolvendo Serra e o engenheiro, dentre elas a de que a filha do ex-diretor teria sido funcionária da Prefeitura de São Paulo, contratada por Serra.

Na mesma semana do debate, Sheila Ribeiro, ex-aluna de Mônica Serra no Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), publicou em sua página da rede social *Facebook*, que a esposa do candidato tucano teria revelado em sala de aula a prática de um aborto durante o período de exílio na época da Ditadura Militar Brasileira.

A campanha do tucano passou à defensiva, diante de uma dupla frente de ataque com a dobradinha “Paulo Preto” e “Aborto de Mônica Serra”. O tucano passou a ser visto por alguns como mentiroso, já que sua posição era contrária ao aborto.

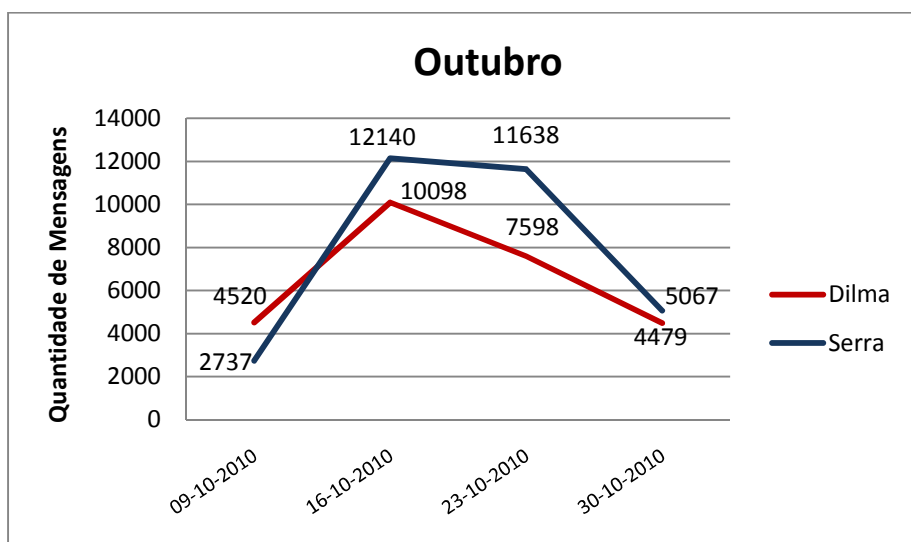
Destacamos abaixo, outros fatos em torno do tema aborto que marcaram os 15 primeiros dias de outubro:

- Padre de Cachoeira Paulista recomenda em missa voto contra Dilma
- Panfletos contra Dilma são recolhidos em SP e MG
- Dilma cita Bíblia em visita ao Lar de Atendimento de Jovens Grávidas de São Paulo
- Temer grava para TV evangélica dizendo que é contra aborto
- Serra faz discurso em Goiânia pautado pela religião
- Lula aparece na TV para rebater calúnias contra Dilma
- Dilma divulgava o “Mensagem Dilma”, documento em que se comprometia a não apresentar, caso fosse eleita, projeto de descriminalização do aborto.
- Apreensão de 1 milhão de panfletos contra Dilma em gráfica de São Paulo

No próximo gráfico, a partir dos dados do *BuzzMetrics*, podemos acompanhar as movimentações do tema aborto na reta final da corrida presidencial. Pela primeira vez em toda a campanha, o número de mensagens com o termo “serra aborto” ultrapassa o de “dilma aborto”.

O total de mensagens com menções a “serra aborto<sup>5</sup>” foi de 30.581, um crescimento de 3.065% em relação ao mês de setembro. No que se refere ao termo “dilma aborto” foram totalizadas 26.695 mensagens, um aumento de 3.055%. Pela primeira vez desde julho, o total de mensagens com o termo “serra aborto” ultrapassaram “dilma aborto”.

**Gráfico 12 – Número de menções ao termo “dilma aborto” e “serra aborto” na internet durante o mês de Outubro/2010**

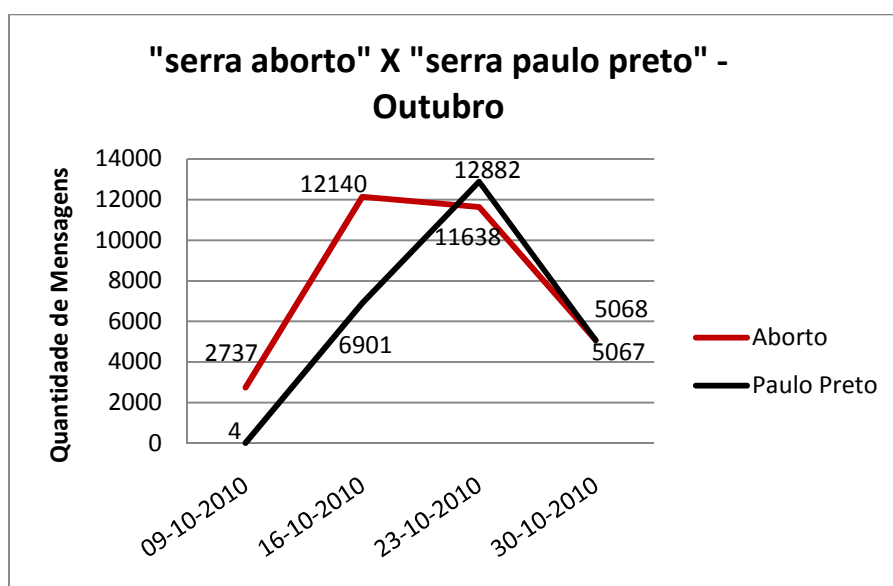


Fonte: *BuzzMetrics* – IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online

<sup>5</sup> Inclui também o termo “mônica serra aborto”



**Gráfico 13 – Número de menções ao termo “serra aborto” e “serra paulo preto” na internet durante o mês de Outubro/2010**



Fonte: *BuzzMetrics* – IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online

Como é possível observar, o gráfico 13 indica que as mensagens com o termo “serra aborto” e “serra paulo preto” foram quase na mesma quantidade na terceira semana do mês e praticamente na mesma proporção na reta final do segundo turno.

No dia 17, Marina Silva se posiciona como neutra em relação ao apoio aos dois candidatos. Alguns dias depois, José Serra foi atingido na cabeça por um objeto circular durante tumulto entre militantes do PSDB e do PT em caminhada na zona oeste do Rio de Janeiro. Imagens de TV deixam dúvidas sobre o que exatamente atingiu o candidato e o episódio ficou conhecido como o Caso da Bolinha de Papel. Na mesma semana, Dilma é alvo de uma bexiga de água e bandeiras durante carreata em Curitiba. Tais acontecimentos marcaram o acirramento dos ânimos da campanha presidencial.

Faltando pouco mais de uma semana para o término da eleição, novas denúncias surgem em relação à elaboração de dossiês de quebra de sigilo fiscal e a campanha de Dilma. O jornalista Amaury Jr., considerado o pivô do caso, admitiu ter encomendado os dossiês.

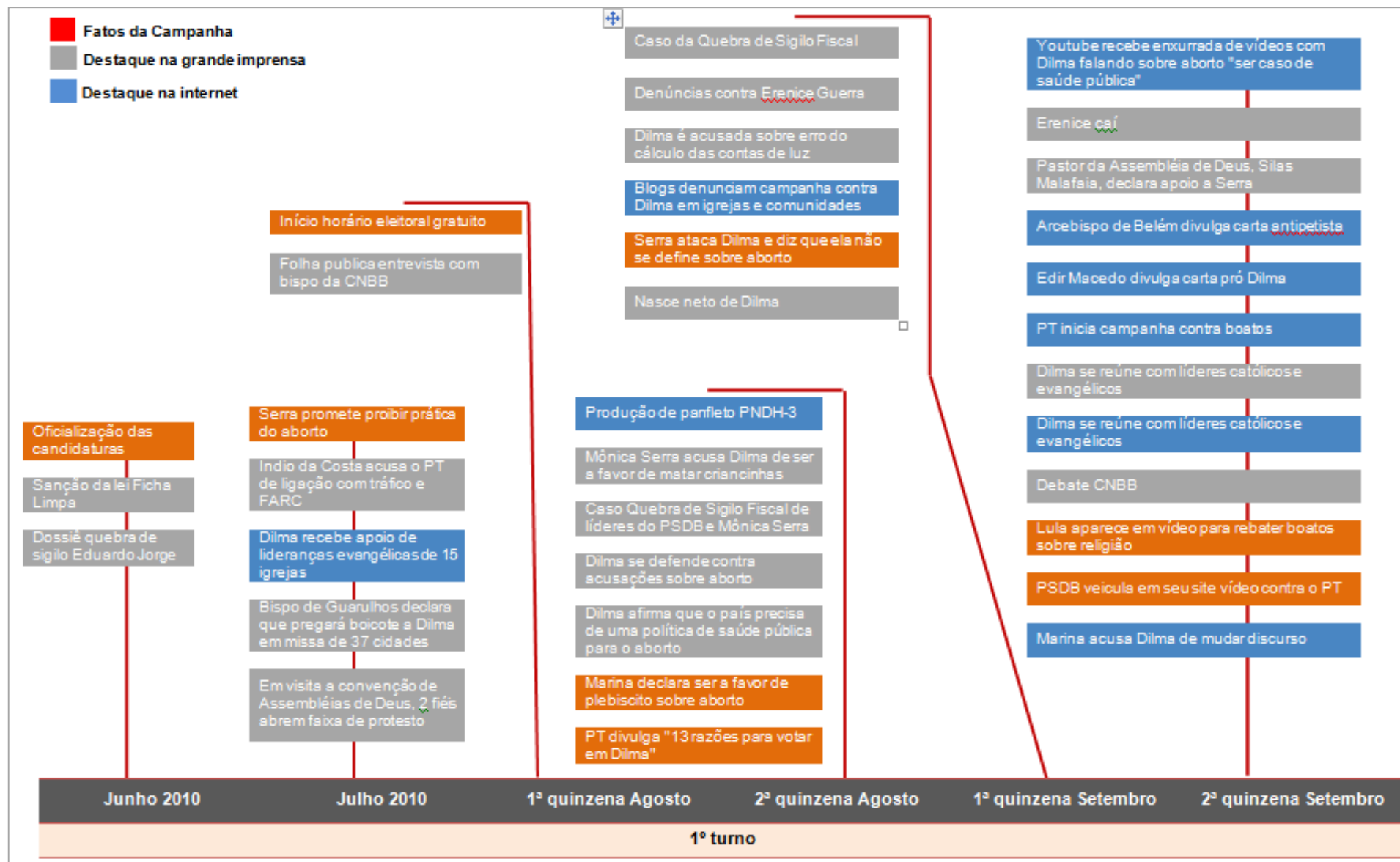
Além disso, o jornal Folha de S. Paulo divulgou que já conhecia o resultado de empresa ganhadora de uma licitação para obras no Metrô em São Paulo, seis meses antes dela acontecer. A reportagem faz com que o Metrô suspenda a licitação. Novamente os candidatos se igualam em relação à irregularidades administrativas.

No que se refere ao aborto, os dois candidatos chegam ao 2º turno “nivelados” e há esvaziamento do tema, comparado ao início do mês. Mesmos assim três dias antes do dia da eleição, o Papa Bento 16 cobrou ação dos bispos brasileiros na campanha eleitoral pela defesa da vida e contra o aborto.

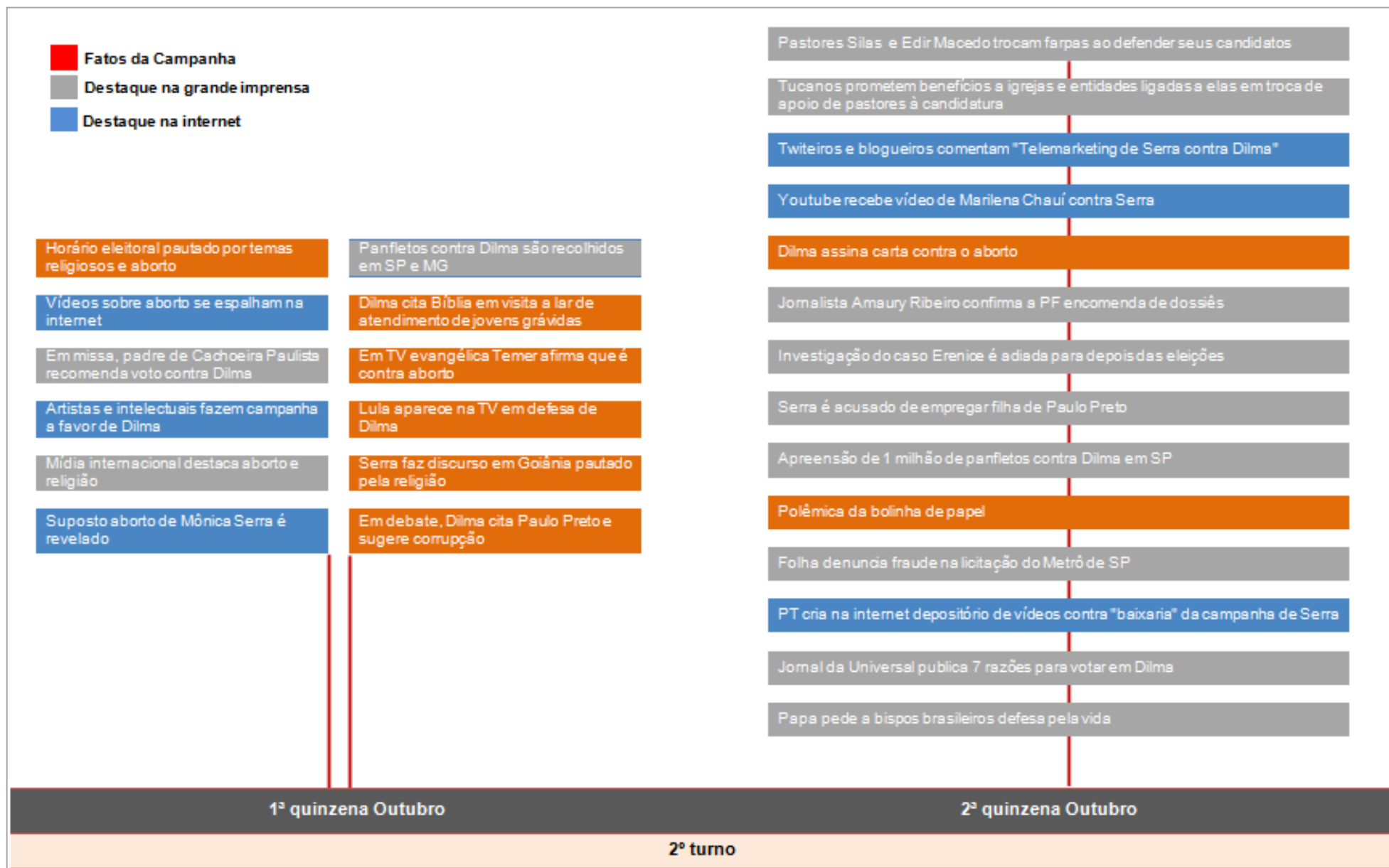
A votação acontece no final do mês e Dilma Rousseff foi eleita a primeira presidente mulher do Brasil.

Nas páginas a seguir apresentamos a linha do tempo resumindo os principais fatos e acontecimentos da campanha indicados neste capítulo.

**FIGURA 1 – LINHA DO TEMPO - PRINCIPAIS FATOS E ACONTECIMENTOS DO PRIMEIRO TURNO**



**FIGURA 2 – LINHA DO TEMPO - PRINCIPAIS FATOS E ACONTECIMENTOS DO SEGUNDO TURNO**



### **3 - O PANO DE FUNDO: OPINIÃO PÚBLICA, ABORTO E RELIGIÃO**

Já vimos que a temática do aborto foi de grande relevância na disputa presidencial de 2010 a ponto de pautar a movimentação das principais candidaturas no primeiro e segundo turnos, principalmente junto a grupos religiosos.

Vimos também que os sinais de desgaste da candidatura Dilma às vésperas do primeiro turno (o que levaria a disputa para o segundo) foram identificados primeiramente entre os eleitores evangélicos: diminuição das intenções de voto em Dilma e aumento da rejeição à candidata x fortalecimento da candidatura da evangélica Marina Silva.

Pretende-se neste capítulo lembrar resumidamente a importância crescente das religiões evangélicas na sociedade brasileira contemporânea, bem como fornecer elementos para entender as semelhanças do comportamento eleitoral dos membros destas denominações no pleito presidencial de 2010.

Neste sentido, torna-se fundamental ilustrar a forte tendência da população evangélica a opiniões mais conservadoras, comparada a outros grupos religiosos, sobretudo em relação a temas e questões como a legalização do aborto e o homossexualismo.

#### **3.1 - Os Evangélicos no Brasil**

O protestantismo surge na história brasileira no século XIX em decorrência da intensificação das imigrações. Os primeiros imigrantes alemães instalaram-se nos Estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina a partir de 1.824 trazendo consigo os princípios de Martin Lutero. Criam as primeiras escolas evangélicas para propiciar a alfabetização geral, no intuito de que seus filhos pudessem exercer adequadamente a fé e tivessem acesso às Escrituras. Também neste período, missionários norte-americanos instalaram-se no Oeste Paulista fundando escolas para os filhos dos imigrantes protestantes. Outras denominações evangélicas (metodista, presbiteriana, batista) também chegaram ao Brasil neste período instalando-se em outros Estados com intuito de desenvolver a evangelização criando igrejas e escolas para atender às necessidades locais<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Marcondes, Lea Rocha Lima e; Seehaber, Liliana C.: "A identidade do ensino religioso, do rito cristão na história da educação brasileira. Revista Educação em Movimento, v.3, Curitiba, set/dez 2004.

Os templos eram 267 em 1930; 912, em 1940; 1.929, em 1950; 4.583, em 1960; e 11.118 em 1970. Estima-se que hoje existam, no conjunto das religiões evangélicas, cerca de 50 mil templos no país.

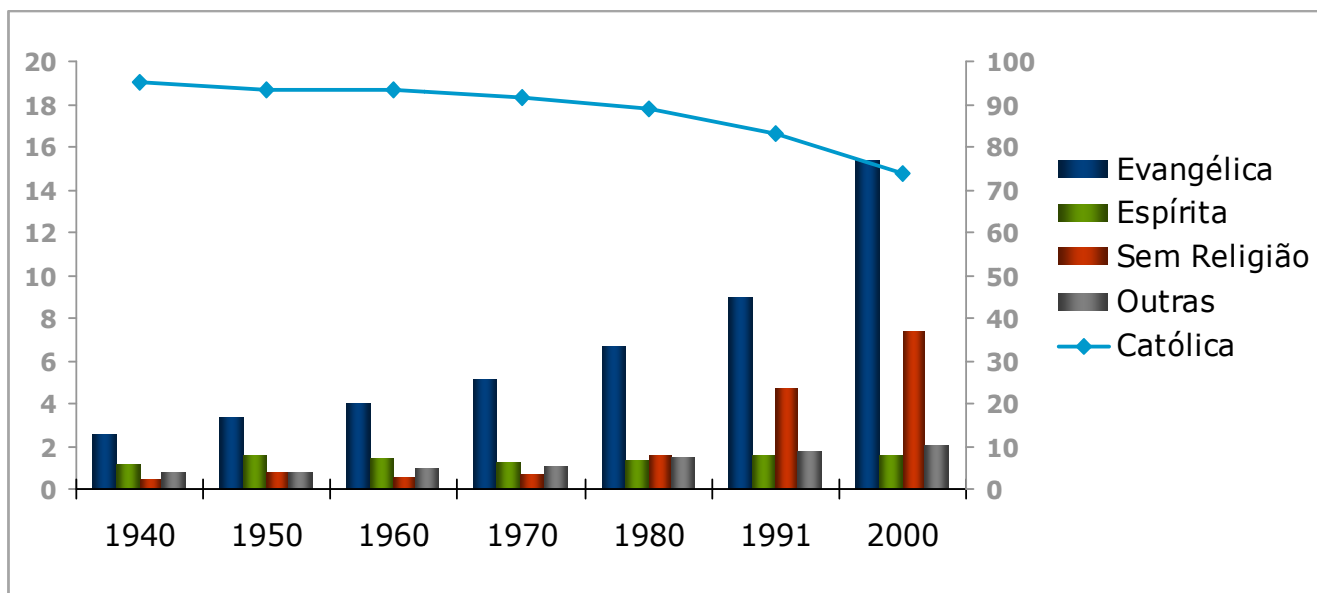
De acordo com os dados do Censo 2000, a grande maioria dos brasileiros (cerca de 3/4) é católica; as denominações evangélicas configuram o segundo lugar num patamar bem distante, com 15%. Aqueles que se declaram sem religião são 7%, o terceiro grupo mais expressivo na clivagem religiosa.

**Tabela 8 – Religião dos brasileiros – IBGE – Brasil/2000**

Religião	%
• Católica	73,6
• Evangélica	15,4
• Espírita	1,6
• Outras	2
• Sem Religião	7,4
<b>Total</b>	<b>100</b>

Fonte: IBGE – CENSO/2000

**Figura 3 – Evolução da religião dos brasileiros – IBGE – Brasil/2000**



Fonte: IBGE – Séries Estatísticas – Censo

No entanto, analisando-se a evolução das diferentes religiões na comparação com a católica de 1940 a 2000, nota-se grande crescimento da população de evangélicos no país (passaram de 2,6% para 15,4% nesse período) e queda na proporção de católicos (de 95,2% para 73,5%).

Enquanto os dados do censo 2010 não são compilados, estima-se que os evangélicos (pentecostais e neopentecostais) somem hoje cerca de  $\frac{1}{4}$  da população brasileira. A relevância crescente do segmento evangélico na sociedade brasileira é inegável, o que torna ainda mais necessário o entendimento dos seus posicionamentos, também no contexto político.

### **3.2 - Valores e opiniões: aborto, homossexualismo e outros temas**

Há uma diversidade de estudos que revelam a presença expressiva de opiniões e atitudes conservadoras na dinâmica do cotidiano da sociedade brasileira. De acordo com estudiosos do assunto, estão entre os indicadores de conservadorismo social os posicionamentos referentes ao aborto, ao homossexualismo, ao papel da mulher e à hierarquia social<sup>7</sup>.

Selecionamos resultados de pesquisas realizadas pelo IBOPE nos últimos anos acerca de alguns destes temas para ilustrar opiniões nos diferentes grupos religiosos.

Há muito se sabe da predominância de uma postura anti-aborto na sociedade brasileira (ilustrada na tabela 9), o que explica a presença recorrente do tema em eleições, sobretudo nas presidenciais.

---

<sup>7</sup> Nishimura, Katia M.: "Conservadorismo social: opiniões e atitudes no contexto da eleição de 2002.

**Tabela 9 - Atualmente no Brasil, o aborto só é permitido em dois casos: gravidez resultante de estupro e para salvar a vida da mulher. Na sua opinião, a lei:**

	TOTAL	RELIGIÃO		
		CATÓLICA	EVANGÉLICA	OUTRAS
BASE	2.000	1.432	278	290
Deveria ampliar a permissão para o aborto	<b>10%</b>	9%	6%	17%
Deveria continuar como está	<b>53%</b>	54%	47%	52%
Deveria proibir o aborto em qualquer caso	<b>34%</b>	33%	<b>44%</b>	27%
Não sabe/ não tem opinião formada	<b>3%</b>	3%	1%	2%
Não opinou	<b>1%</b>	1%	1%	1%

Fonte: IBOPE - pesquisa nacional com população de 16 anos e mais, 2003.

Nesta pesquisa realizada em 2003 cerca de 8 em cada 10 brasileiros eram contrários à ampliação das situações legais para realização do aborto. Esta proporção é ainda maior entre evangélicos, chamando a atenção os índices dos que defendiam que o aborto deveria ser proibido em qualquer circunstância (44% contra 34% na média), além dos que eram a favor da ampliação da permissão do aborto (apenas 6% contra 10% na média).

**Tabela 10 – Evolução da favorabilidade à “legalização do aborto”<sup>(8)</sup>:**

	Dez/01	Mar/07	Nov/08	Mar/10	Out/10
A favor/ aprova	15	11	18	15	10
Contra/ desaprova	79	85	69	72	78
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	5	4	13	13	11

Fonte: IBOPE - Pesquisa nacional com população de 16 anos e mais. Amostra: 2002 entrevistas

Pelos dados da tabela acima, observa-se que a ampliação do aborto para além dos casos já previstos em lei atualmente (estupro e risco de morte para a mãe) continua com pouca aceitação junto à população brasileira.

Interessante ressaltar nas pesquisas de 2010 o aumento significativo daqueles que se declaram contrários à legalização do aborto (de 72% em março para 78% em outubro), aqui interpretado como um reflexo da exploração do tema na campanha eleitoral dos

<sup>8</sup> Na pesquisa de 2001 questionávamos quanto à aprovação ou desaprovação.



candidatos à presidência. Este movimento no período eleitoral deu-se nos diferentes segmentos analisados, sobretudo entre evangélicos (como mostram as tabelas a seguir).

**Tabela 11 - Evolução da favorabilidade à “legalização do aborto” por religião <sup>(9)</sup>:**

**CATÓLICOS**

	dez-01	mar-07	nov-08	mar-10	out-10
BASE:	1.446	1.272	1.243	1.326	1.266
A favor/ aprova	15	11	18	15	10
Contra/ desaprova	79	85	70	71	78
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	6	4	12	14	11

**EVANGÉLICOS**

	dez-01	mar-07	nov-08	mar-10	out-10
BASE:	310	363	395	388	374
A favor/ aprova	7	9	10	10	5
Contra/ desaprova	88	88	75	78	88
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	5	3	14	11	7

**OUTRAS RELIGIÕES/ SEM RELIGIÃO**

	dez-01	mar-07	nov-08	mar-10	out-10
BASE:	244	367	364	288	362
A favor/ aprova	25	13	27	22	17
Contra/ desaprova	70	80	57	65	68
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	5	7	16	13	16

**Tabela 12 - Evolução da favorabilidade ao “Casamento entre Homossexuais”<sup>10</sup>**

	Dez/01	Nov/08	Mar/10	Out/10
A favor/ aprova	23	27	30	25
Contra/ desaprova	58	54	51	54
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	19	18	20	20

Fonte: IBOPE - Pesquisa nacional com população de 16 anos e mais. Amostra: 2002 entrevistas

Apesar das diferentes formulações da pergunta, os resultados evolutivos mostram certa estabilidade: a maioria dos brasileiros é contrária ao casamento entre pessoas do mesmo sexo. Note-se, apesar disso, que também em 2010 há queda significativa daqueles que se dizem favoráveis (de 30% para 25%) no período eleitoral.

<sup>9</sup> Na pesquisa de 2001 questionávamos quanto à aprovação ou desaprovação.

<sup>10</sup> Na pesquisa de 2001 questionávamos quanto à aprovação ou desaprovação. Em 2001 a pergunta dizia "relação entre homossexuais" e não casamento.

**Tabela 13 - Evolução da favorabilidade ao Casamento entre Homossexuais por religião<sup>11</sup>**

#### CATÓLICOS

	dez-01	nov-08	mar-10	out-10
BASE:	1.446	1.243	1.326	1.266
A favor/ aprova	24	28	32	26
Contra/ desaprova	55	52	48	51
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	21	20	20	23

#### EVANGÉLICOS

	dez-01	nov-08	mar-10	out-10
BASE:	310	395	388	374
A favor/ aprova	13	11	16	11
Contra/ desaprova	74	73	66	79
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	13	16	18	10

#### OUTRAS RELIGIÕES/ SEM RELIGIÃO

	dez-01	nov-08	mar-10	out-10
BASE:	244	364	288	362
A favor/ aprova	32	39	38	37
Contra/ desaprova	54	43	42	42
Nem a favor nem contra (Esp.)/ Não tem opinião formada/ NS/NR	14	18	20	21

A análise dos dados pelo corte de religião mostra mais uma vez a postura mais tradicionalista dos evangélicos, embora esteja majoritariamente presente também nas demais.

Neste aspecto, vale ressaltar que entre março e outubro de 2010 a contrariedade ao casamento entre pessoas do mesmo sexo aumenta 13 pontos percentuais entre eleitores evangélicos (contra 3 pontos percentuais entre os católicos, enquanto respondentes de outras religiões ou que não têm religião não apresentam qualquer alteração no período).

O acirramento no que tange à moralidade social, detectado nas opiniões dos brasileiros no período eleitoral de 2010, pode também ser visualizado na concordância e discordância com frases apresentadas aos entrevistados. Ele ocorre no conjunto da

---

<sup>11</sup> Na pesquisa de 2001 questionávamos quanto à aprovação ou desaprovação. Em 2001 a pergunta dizia "relação entre homossexuais" e não casamento.

população de eleitores, e mais significativamente entre os evangélicos. Abaixo apresentamos apenas os percentuais daqueles que discordam das afirmações.

**TABELA 14 – Discordância com algumas frases – Brasil/2010**

**“Numa escala de 1 a 5, em que a nota 1 significa que discorda totalmente, e a nota 5 significa que concorda totalmente, o quanto o(a) sr(a) concorda com a frase:**

“% <b>DISCORDA TOTALMENTE</b> ”	mar/10	out/10	mar/10	out/10	mar/10	out/10	mar/10	out/10
	total	total	católica	católica	evangélica	evangélica	outras/ sem rel.	outras/ sem rel.
BASE:	2002	2002	1326	1266	388	374	288	362
O aborto deveria ser legalizado no Brasil	<b>48</b>	<b>58</b>	45	55	<b>57</b>	<b>72</b>	45	53
O casamento entre homossexuais deveria ser permitido	<b>37</b>	<b>48</b>	34	45	52	64	31	38
Votaria sem problemas num candidato homossexual	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>18</b>	28	<b>31</b>	<b>43</b>	<b>14</b>	22

Fonte: IBOPE - pesquisa nacional com população de 16 anos e mais.

A discordância em relação à frase “*o aborto deveria ser legalizado no Brasil*” aumenta de forma significativa no período. Os que dizem discordar totalmente: sobem 10 pontos percentuais no total da amostra e também entre os católicos, 15 pontos entre eleitores evangélicos, e 8 pontos percentuais entre respondentes de outras religiões ou que não têm religião.

Nessa medida também fica clara o fortalecimento da postura avessa ao homossexualismo no período analisado. Os que dizem discordar totalmente da frase “*o casamento entre homossexuais deveria ser permitido*”: sobem 11 pontos percentuais no total da amostra e também entre os católicos, 12 pontos entre eleitores evangélicos, e 7 pontos percentuais entre respondentes de outras religiões ou que não têm religião.

A discordância em relação à afirmação “*votaria sem problemas num candidato homossexual*” também aumenta de forma significativa entre março e outubro de 2010. Os que dizem discordar totalmente: sobem 10 pontos percentuais no total da amostra, o

mesmo entre os católicos, 12 pontos entre eleitores evangélicos, e 8 pontos percentuais entre respondentes de outras religiões ou que não têm religião.

### **3.3 - Religião e Voto nas Eleições Presidenciais**

Em artigo publicado em 2007, Simone R. Bohn analisa o comportamento eleitoral dos votantes evangélicos com base nas respostas de entrevistados do ESEB 2002 e 2006 sobre o voto nas eleições presidenciais. Enquanto no segundo turno de 2002 o candidato Lula foi o destinatário da maioria dos votos evangélicos identificados com o candidato Garotinho no primeiro turno, em 2006, o candidato à reeleição, Lula, não obteve margens de apoio entre os evangélicos significativamente maiores do que as conseguidas entre o restante dos eleitores. Segundo a autora, a comparação dos padrões de voto revela a formação de um importante grupo de identidade.

Seu comportamento eleitoral tenderia a ser homogêneo somente diante do impacto causado pela presença de uma candidatura publicamente identificada como evangélica e capaz de mobilizar este fator na atração de votos<sup>12</sup>. Tal fato ocorreu em 2002, com a candidatura Garotinho, e se repete em 2010, com a evangélica Marina, conforme demonstrado no capítulo 1.

Num outro artigo, Simone R. Bohn busca explicações para o comportamento eleitoral dos evangélicos (na comparação com os demais segmentos religiosos) focando a eleição presidencial de 2002, quando parte significativa destes eleitores optou pela candidatura de Anthony Garotinho no primeiro turno. São vários os aspectos analisados pela cientista política, como perfil socioeconômico (nível de escolaridade e renda), exposição aos meios de comunicação de massa (jornais impressos e telejornais), exposição às autoridades religiosas (frequência a cultos e cerimônias), entre outros, baseando-se nos dados do Censo 2000 e do ESEB 2002.

De tal análise conclui-se que não há diferenças significativas entre evangélicos e católicos quando somente renda e escolaridade são consideradas – ambos provêm, em sua maioria, de setores socioeconômicos significativamente desprivilegiados. As semelhanças nos dois grupos religiosos aparecem também quanto à exposição aos meios de

---

<sup>12</sup> Bohn, S.: "Contexto político-eleitoral, minorias religiosas e voto em pleitos presidenciais (2002 e 2006)", OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol.13, novembro 2007

comunicação de massa: cerca de 1/3, tanto de evangélicos quanto de católicos, não estão expostos nem a jornais impressos e nem aos telejornais nacionais. Por outro lado, segundo a autora, chama a atenção o alto nível de exposição dos eleitores evangélicos às autoridades religiosas, quando comparados às outras crenças.

A influência da igreja e das autoridades religiosas é desproporcionalmente maior no caso de eleitores evangélicos, como pode ser observado nas tabelas a seguir.

**Tabela 15 – Frequência com que frequenta cerimônias religiosas – Brasil/2008**

**“Exceto para batizados, casamentos ou funerais, com que frequência o(a) sr(a) comparece às cerimônias de sua religião?”**

(somente para quem tem alguma religião)	TOTAL	RELIGIÃO		
		CATÓLICA	EVANGÉLICA	OUTRAS
BASE	1.715	1.243	395	77
Diariamente	<b>10%</b>	5%	<b>26%</b>	8%
Ao menos uma vez por semana	<b>35%</b>	28%	<b>56%</b>	35%
Ao menos uma vez a cada 15 dias	<b>10%</b>	11%	5%	18%
Uma vez por mês	<b>17%</b>	20%	6%	21%
Menos de uma vez por mês	<b>15%</b>	18%	5%	12%
Não frequenta	<b>14%</b>	18%	3%	6%
Não sabe/ não opinou	<b>0%</b>	0%	0%	0%

Fonte: IBOPE - Pesquisa nacional com eleitores de 16 anos e mais, 2008.

Cerca de ¼ (26%) dos eleitores evangélicos declaram comparecer diariamente às cerimônias de sua religião (contra 10% na média); os que dizem comparecer ao menos uma vez por semana são 56% entre os evangélicos (contra 28% entre os católicos e 35% entre os seguidores de outras religiões).

**Tabela - 16 – Grau de importância da religião na vida – Brasil/2008**

(somente para quem tem alguma religião)	TOTAL	RELIGIÃO		
		CATÓLICA	EVANGÉLICA	OUTRAS
BASE	1.715	1.243	395	77
Extremamente importante	<b>30%</b>	24%	<b>52%</b>	32%
Muito importante	<b>54%</b>	57%	<b>44%</b>	57%
Mais ou menos importante	<b>11%</b>	14%	3%	9%
Pouco importante	<b>3%</b>	4%	0%	0%
Sem importância	<b>1%</b>	1%	0%	0%
Não opinou	<b>0%</b>	0%	0%	1%

Fonte: IBOPE - pesquisa nacional com eleitores de 16 anos e mais, 2008.

Outro dado interessante, que reforça a importância da religião entre os evangélicos, na comparação com os demais: quase a totalidade destes entrevistados considera sua religião algo extremamente importante ou muito importante em suas vidas.

**Tabela 17 – Na sua opinião, uma pessoa religiosa deve fazer sempre o que a Igreja ou templo aconselha ou só quando estiver de acordo com o que ela acredita?**

(somente para quem tem alguma religião)	TOTAL	RELIGIÃO		
		CATÓLICA	EVANGÉLICA	OUTRAS
BASE	1.724	1.266	374	84
Fazer sempre o que a igreja ou o templo aconselha	<b>10%</b>	8%	<b>16%</b>	7%
Fazer só quando estiver de acordo com o que acredita	<b>69%</b>	69%	68%	65%
Depende (espontânea)	<b>17%</b>	17%	14%	19%
Não sabe/ não respondeu	<b>15%</b>	5%	2%	8%

Fonte: IBOPE - pesquisa nacional com eleitores de 16 anos e mais, outubro 2010.

A tabela 17 ajuda a ilustrar o espaço importante para que os inputs eventualmente recebidos na esfera religiosa sejam transformados em guias para a formação de opiniões e crenças e para o comportamento eleitoral e político concreto.

Segundo Simone Bohn, a combinação entre a alta exposição às autoridades religiosas e a carência de exposição às fontes de informação midiáticas, transformam o público

evangélico num segmento altamente passível de mobilização por parte dos líderes evangélicos – caso seja essa a decisão da hierarquia religiosa. Isso significa que os eleitores evangélicos, se mobilizados, podem a vir se interessar mais pelo universo político-eleitoral. Também significa que, caso as muitas denominações consigam superar suas divergências e se unificar em torno de uma plataforma política comum, os evangélicos podem eventualmente se transformar numa clientela cativa de determinadas ofertas políticas<sup>13</sup>.

**Tabela 18 - No último mês, algum padre, pastor ou líder de sua religião orientou os fiéis para que votassem ou deixassem de votar em algum candidato a presidente? (Caso sim) O(a) sr(a) mudou o seu voto em função dessa orientação recebida na igreja?**

(somente para quem tem alguma religião)	TOTAL	RELIGIÃO		
		CATÓLICA	EVANGÉLICA	OUTRAS
BASE	1.724	1.266	374	84
Houve orientação da igreja/ pastor e <b>mudou o voto</b>	<b>2%</b>	1%	<b>4%</b>	2%
Houve orientação da igreja/ pastor e <b>não mudou o voto</b>	<b>13%</b>	13%	14%	10%
<b>Não houve orientação</b> sobre o voto para presidente	<b>77%</b>	76%	79%	81%
Não sabe/ não respondeu	<b>8%</b>	10%	3%	7%

Fonte: IBOPE - pesquisa nacional com eleitores de 16 anos e mais, outubro 2010.

De fato, os resultados da pesquisa realizada logo após o primeiro turno da eleição presidencial de 2010 (tabela 8) reforçam o que já havia sido sinalizado no capítulo 2 a respeito da mobilização das lideranças religiosas em torno das candidaturas.

No conjunto do eleitorado, cerca de 15% dos respondentes admitem ter recebido orientação da igreja ou pastor em relação ao voto para presidente. Entre evangélicos este índice é ligeiramente maior do que os demais: 18%, contra 14% entre católicos e 12% entre seguidores de outras religiões.

<sup>13</sup> Bohn, S.: “Evangélicos no Brasil. Perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral”, OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol.X, outubro 2004

#### **4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A despeito do peso que outros fatores (como as denúncias do caso Erenice, de quebra de sigilo, das declarações de Lula sobre imprensa, do fato de que a candidata Dilma não tinha ainda uma imagem consolidada junto ao eleitorado e já, em sua primeira eleição, disputava a Presidência da República, entre outros) possam ter exercido na eleição presidencial de 2010, acreditamos que a polêmica em torno do tema aborto foi decisiva para o prolongamento e desfecho da disputa no segundo turno.

Conforme procuramos apresentar nesse trabalho, a história da eleição presidencial de 2010 provou mais uma vez que não existe pleito decidido a priori e que o eleitorado, com suas cada vez mais diversas dinâmicas de formação de opinião – potencializadas pela internet - é o dono incontestado do resultado da disputa. Prova disso é que uma dimensão que à primeira vista não parecia relevante cresceu e tornou-se decisiva a ponto de mobilizar as candidaturas e a cobertura da imprensa durante o segundo turno.

Nesse sentido, modelos que focam apenas a dimensão pragmática (economia, serviços e programas públicos) da decisão eleitoral são tão insuficientes quanto os que focam apenas dimensões subjetivas/emocionais/morais para previsão de resultados eleitorais no Brasil. Com isso acreditamos que aumenta a importância do registro sensível e contínuo dessa história numa abordagem ampla e multifacetada, capaz de captar e fazer conexões entre as várias dimensões de decisão dos eleitores.

O IBOPE Inteligência demonstrou essa sensibilidade ao ser o primeiro a chamar publicamente a atenção para a importância do fator religioso e da temática do aborto nessa eleição, permitindo aos seus parceiros – Rede Globo e O Estado de São Paulo – contar com maior profundidade e clareza essa história para a sociedade brasileira.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E FONTES DE INFORMAÇÃO

BOHN, S.: "Contexto político-eleitoral, minorias religiosas e voto em pleitos presidenciais (2002 e 2006)".

Opinião Pública, vol.13, número 2, p. 366-387, 2007. Disponível em:

<http://www.scielo.br/pdf/op/v13n2/a06v13n2.pdf>

BOHN, S.: "Evangélicos no Brasil. Perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral". Opinião Pública, vol.10, número 2, p. 288-338, 2004. Disponível em:

<http://www.scielo.br/pdf/op/v10n2/22020.pdf>

MARCONDES, LEA ROCHA LIMA E; SEEHABER, LILIANA C.: "A identidade do ensino religioso, do rito cristão na história da educação brasileira". Revista Educação em Movimento, vol.3, 2004.

NISHIMURA, Katia M.: "Conservadorismo social: opiniões e atitudes no contexto da eleição de 2002".

Opinião Pública, vol.10, número 2, p. 339-367, 2004. Disponível em:

<http://www.scielo.br/pdf/op/v10n2/22021.pdf>

FOLHA DE S. PAULO. Caderno Especial Eleições 2010, edições de agosto a novembro de 2010

FOLHA DE S. PAULO. Caderno Poder, edições de janeiro a agosto de 2010

FOLHA.COM. Eleições 2010. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/especial/2010/eleicoes/>

<http://revistamarieclaire.globo.com/Marieclaire/0,6993,EML1697826-1739-3,00.html>

LOPES, CRISTIANO AGUIAR. Observatório da imprensa, Jornal de Debates. "Eleições 2010: A manipulação do aborto", 26/10/2010. Disponível em:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=613JDB002>

MAIA, MARCELO. "O Cristão pode votar no PT?", 29/09/2010, disponível em:

<http://marcelo.cfn.blog.br/?p=1065>

PORTAL ESTADÃO. Eleições 2010. Disponível em: <http://topicos.estadao.com.br/eleicoes-2010>

PORTAL ESTADÃO. Especiais Eleições 2010. Disponível em: <http://topicos.estadao.com.br/especiais-sobre-eleicoes-2010>

REVISTA MARIE CLAIRE. "A mulher do presidente", março/2009. Disponível em:

REVISTA VEJA. Edições 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192

ROVAI, RENATO. “Escândalo: gráfica da difamação é da irmã do coordenador de Serra”, blog do Rovai, 18/10/2010. Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/blog/2010/10/18/escandalo-grafica-da-difamacao-e-da-irma-de-coordenador-de-serra/>

ROVAI, RENATO. “Dilma = aborto, maconha, prostituição, casamento gay. Taí a prova”, blog do Rovai, 04/10/2010. Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/blog/2010/10/04/dilma-aborto-maconha-prostituicao-casamento-gay-tai-a-prova/>

TOLEDO, JOSE DE ROBERTO. “Após polêmica, Dilma caiu entre evangélicos”, OESP, 02/10/2010. Disponível em: [http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20101002/not\\_imp618704,0.php](http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20101002/not_imp618704,0.php)

VIANA, RODRIGO. “*Detalhes sobre o telemarketing do mal*”, blog do Escrevinhador, 19/10/2010, atualizado em 20/10/2010. Disponível em: <http://www.rodrigovianna.com.br/pletos-poderes/detalhes-sobre-o-telemarketing-do-mal.html>

VIANA, RODRIGO. “*Veja X IstoÉ: Erenice, Paulo Preto, duas caras e o aborto*”, blog Escrevinhador, 26/10/2010. Disponível em: <http://www.rodrigovianna.com.br/pletos-poderes/serra-faz-telemarketing-do-aborto.html>

**Outras fontes:**

RELATÓRIO BUZZMETRICS, IBOPE Mídia e IBOPE Nielsen Online. Elaboração especial para este paper.

Pesquisas de Opinião Pública – Eleições 2010 – IBOPE Inteligência – [www.eleicoes.ibope.com.br](http://www.eleicoes.ibope.com.br)