

São Paulo, terça-feira, 03 de agosto de 2010

FOLHA DE S.PAULO **poder**[Texto Anterior](#) | [Próximo Texto](#) | [Índice](#)**MAURO PAULINO**

## Mulher do NE é alvo de investida

---

*Taxa de indecisão nesse segmento, de 19%, é a maior do país, diz Datafolha*

---

SEGUNDO A ÚLTIMA pesquisa do Datafolha, a maior taxa de indecisão na intenção de voto estimulada para presidente encontra-se entre as mulheres nordestinas. Há 19% nesse segmento que, mesmo estimuladas com cartão contendo os nomes dos candidatos, afirmam estar indefinidas.

Entre os homens residentes no Nordeste, essa taxa cai para 8%. Já entre as mulheres do Sudeste ou do Sul são apenas 11% as que ainda não se definiram.

É cada vez mais frequente as campanhas eleitorais focarem com especial atenção o eleitorado feminino.

Tornou-se clássica a propaganda que encerrou a campanha do PT em 2002, na qual mulheres grávidas vestidas de branco caminhavam sorridentes em direção às câmeras.

Já naquela disputa era possível verificar que determinadas tendências do eleitorado foram antecipadas pelas eleitoras, em especial entre as que trabalham também fora de casa.

Ao ganhar espaço crescente no mercado de trabalho, assumindo a liderança da família, sozinhas ou com o cônjuge, as mulheres adquiriram também importância crescente na elaboração do voto de todos os membros da casa.

Nesta eleição, há alguns importantes estudos em curso focando o comportamento dos eleitores segundo o gênero.

As campanhas também se empenham na análise de suas pesquisas, buscando entender especialmente o comportamento das eleitoras.

Para isso, buscam ampliar as amostras de seus levantamentos para que as bases de entrevistados sejam suficientes para análises mais segmentadas.

Com uma amostra de quase 11.000 entrevistas, o último Datafolha permite verificar que, se há 19% de mulheres nordestinas indecisas, essa taxa sobe para 26% quando se separam as nordestinas com nível fundamental de escolaridade.

Entre elas, a disputa está empatada numericamente em 28%. Entre os homens nordestinos com o mesmo perfil, a indecisão cai para 11%, e Dilma tem 14 pontos de vantagem sobre Serra.

Em uma eleição marcada até aqui pelo equilíbrio entre as duas principais candidaturas, o desempate favorecerá a campanha que melhor se comunicar com grupos específicos e decisivos como o das mulheres pobres do Nordeste.

Em sua maioria são residentes em áreas distantes, sem acesso a bens de consumo como telefones fixos ou celulares e que mal conhecem a que partido pertence cada candidato, com grande chance de chegar ao dia da eleição sem a certeza dessa informação.

Mas, ao decidirem o voto, podem propagar sua influência.

Em abril deste ano, a **Folha** publicou um diálogo registrado por Fernando Canzian na favela do Suvaco da Cobra, em Jaboatão dos Guararapes, em Pernambuco. Ocorreu em um domicílio cujo núcleo familiar tinha 17 pessoas, e representa melhor do que todos os números esse efeito:

**Folha** - A sra. sabe que haverá eleições neste ano?

Sueli Dumont - Para prefeito?

**Folha** - Não, para presidente. A sra. conhece os candidatos ou sabe em quem vai votar?

Sueli - Em Lula!

**Folha** - Mas ele não pode ser candidato desta vez...

Sueli - Ai meu Deus! Pode não?

Késsia (filha de Sueli) - Ô "mainha", é a mulher de Lula que vai entrar no lugar dele.

Sueli - Como é o nome dela?

Késsia - É Vilma.

Sueli - Vou votar em Vilma.

É pela propagação de diálogos como esse que as campanhas têm dedicado verbas cada vez maiores para a realização de pesquisas com grandes amostras segmentadas e que xotes, baiões e xaxados serão obrigatórios nas trilhas sonoras das inserções.

---

#### AMANHÃ EM PODER:

Marco Antonio Villa.

Texto Anterior: [Evento da Folha e do UOL prorroga prazo de inscrição](#)

Próximo Texto: [Folha.com](#)

[Índice](#)