

EM DEBATE

OPINIÃO PÚBLICA E
CONJUTURA POLÍTICA

Um Periódico do Grupo de Pesquisa "Opinião Pública:
Marketing Político e Comportamento Eleitoral"

Ano 2 - N.11
Novembro de 2010
ISSN: 2176-4883



DOSSIÊ

ELEIÇÕES 2010: O BRASIL QUE SAIU DAS URNAS

Carlos Augusto Souza
Fabiano Santos
Pedro Ribeiro
Helcimara Telles
Carlos Ranulfo

Opinião

Cloves Luiz Pereira Oliveira

Resenha

Kátia Ferreira Gontijo



JOVENS ELEITORES: DECIFRA-ME OU TE DEVORO

Young voters: decipher me or I will devour you

Helcimara Telles

Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG

✉ mara-telles@uol.com.br

Jovens ainda são, para a ciência política, uma incógnita. Os jovens possuem comportamento político que os distinguem de outros segmentos do eleitorado? A identidade como grupo é condição suficiente para promover a mesma decisão de voto? As condutas dos jovens são influenciadas por seus valores, crenças e orientações políticas? Para objetar a estas questões, foi realizado um *survey* com os jovens de Belo Horizonte, no primeiro turno das eleições presidenciais de 2010. As entrevistas (500) foram realizadas *vis a vis*, entre 11 a 14 de setembro de 2010.

De acordo com a corrente sociológica, o eleitor votaria com o seu grupo. O voto é, portanto, uma decisão coletiva. A sociologia eleitoral apresenta três tipos principais de grupos de influência – o categórico, o secundário e o primário. O grupo categórico se refere a determinadas divisões sociais nas quais os indivíduos não possuem uma identificação consciente, objetividade política organizada ou fins específicos. Porém, seus membros são unidos em função de determinados aspectos como sexo, faixa etária ou condição educacional. A partir disso, emergem preferências políticas, que potencialmente podem ser exploradas pelas campanhas eleitorais.

De modo diferente, a corrente psicossociológica argumenta que a identidade coletiva não seria condição suficiente para modelar as condutas. Para além dos grupos, os indivíduos possuem valores e crenças peculiares que, apesar de serem influenciadas pelas estruturas, não são compartilhadas igualmente por todos os membros de um mesmo grupo. Assim, o ato de votar

ou participar decorre da centralidade do indivíduo e os mecanismos de coação psicológica, lógica e social afetam as escolhas político-eleitorais e as condutas individuais. O mapa cognitivo do eleitor é complexo, pois as pessoas se relacionam com o mundo político de acordo com seus níveis de conceituação deste mundo.

A socialização em grupos primários e secundários deixa heranças que podem ser relevantes para a conduta política, entre as quais a religião e a preferência partidária. Em função do aumento do número de fiéis identificados com as Igrejas Evangélicas, estudos têm discutido a relevância do comportamento político deste grupo. Algumas características presentes nas filosofias pentecostais poderiam contribuir para produzir um cidadão do tipo delegativo, cujas características, entre outras, seriam as de ser fatalista em relação ao seu destino, combinado com uma visão de mundo autoritária, que apóia um Estado interventor nos direitos individuais (Almeida e Young, 2002). Nas eleições presidenciais realizadas em 2010, temas morais e religiosos foram fartamente explorados pelos candidatos, buscando contar com o apoio destes fiéis.

Em Belo Horizonte, observou-se grande crescimento dos pentecostais entre os jovens, com a conseqüente perda de espaço dos grupos católicos. Este fenômeno ocorre em um contexto de significativa adesão à religião: 70% dos jovens são favoráveis ao ensino religioso nas escolas e, para 81% deles, a religião é importante em suas vidas, ocupando lugar à frente da política. Caberia indagar se a religião influencia a percepção que os jovens têm do sistema político e quais seriam os seus efeitos sobre o comportamento político. A literatura descobriu que existe um componente da lealdade religiosa na conduta política, sobretudo no ato de votar, que leva *irmão a votar em irmão* (Pierucci & Prandi, 1995).

Os jovens pesquisados têm acesso livre à televisão e aos partidos políticos e podem participar de redes sociais, sem que para isso tenham que pedir permissão aos seus pais. Mas, na contramão do esperado pelos estrategistas de campanha, poucos deles (6%) se informaram sobre as eleições utilizando a Internet. A maioria seguiu as campanhas através de um canal convencional: a televisão e o horário gratuito de propaganda eleitoral. Apesar do maior acesso às informações, entre os jovens o interesse pela política é muito reduzido, mas cresce a valorização da religião – 82% deles se interessam pouco pela política, mas, 70% admitem o ensino religioso nas escolas, além de uma parcela significativa ter obtido experiência de participação através de associações religiosas.

A maioria dos jovens entrevistados se posicionou contrária à união civil entre pessoas do mesmo sexo e ficou dividida quanto à ocupação das terras improdutivas e a pena de morte. Houve um consenso desfavorável à liberalização da maconha e à eutanásia. Mas, eles aderem aos fundamentos da democracia representativa, ao crerem que sem partidos não há democracia, são contrários ao fechamento do Congresso e desfavoráveis ao controle da imprensa por parte do Estado. No entanto, criticam as instituições representativas – partidos políticos, Congresso Nacional e Assembléia Legislativa - de modo contundente. Estas casas de representação não foram capazes de produzir confiança nos jovens. Eles desconfiam dos representantes políticos, mas apostam nas Organizações Não-Governamentais e nas Igrejas e, se a participação política convencional e não-convencional é quase ausente, a vida privada possui valor substantivo: para 98% deles a família é muito importante e a violência é o principal objeto de suas preocupações.

Além de serem revelados indícios de conservadorismo moral, outra novidade neste segmento foi o surgimento de valores pós-materialistas, como o principal fundamento da ação do governo. Mais de 60% deles acham que a ação governamental deve ser no sentido de aumentar a participação, promover o desenvolvimento auto-sustentável e manter o meio ambiente equilibrado. Os valores materialistas, medidos pela escala de Inglehart (1989), tais como políticas governamentais de metas antiinflacionárias e a manutenção da ordem, não tiveram muita acolhida entre os jovens.

A introdução da pauta ambientalista pode ser confirmada por uma simpatia pelo Partido Verde (8,6%), muito maior do que a encontrada na média do eleitorado de outros estratos etários. Não obstante, o Partido dos Trabalhadores (PT) é o partido com maior penetração entre os jovens da cidade, alcançando 23% de preferência e simpatia. Isso talvez possa ser um espólio familiar, pois algumas correntes teóricas argumentam que se herda identidade partidária assim como se herda a religião. Não se descarta que esta simpatia pelo PT possa ser em parte, efeito das políticas públicas executadas pelo governo federal, como o REUNI e PROUNI, que expandiram o acesso à educação de milhares de jovens, aumentando as suas expectativas de mobilidade e ascensão social.

Em relação ao voto, pôde-se observar que não havia um candidato a presidente majoritário, apesar de a petista ter sido a preferida pelos jovens da cidade. No momento em que a pesquisa foi realizada, Dilma (PT) possuía 37% dos votos dos jovens, José Serra (PSDB) 23% e Marina da Silva (PV), com 21%, estava em situação de empate técnico com o *tucano*. Isso já

demonstrava o potencial de crescimento da candidata verde, o que não foi levado em conta pelos analistas do PT, que apostavam que o eleitor seria guiado exclusivamente pelo voto retrospectivo e econômico. Nos primeiros testes estatísticos realizados, notou-se que Dilma Rousseff de fato tinha forte base social entre os jovens mais pobres, mas Marina Silva se destacava por ter sua votação mais associada a dois segmentos distintos: os evangélicos pentecostais e os portadores de valores pós-materialistas.

A despeito da incorporação dos valores pós-materialistas e da valorização dos direitos políticos por parte dos jovens, isso não foi suficiente para promover a percepção da democracia como espaço da diversidade. E, se não é possível afirmar que desconfiança no sistema político produza rupturas no regime democrático, esta descrença no mínimo restringe a qualidade da representação política, na medida em que as escolhas dos representantes políticos do futuro passam a ser determinadas ao acaso.

Os jovens não podem ser tratados como categoria homogênea. Mas, algumas atitudes encontradas são similares, como a indiferença destes eleitores com a política, a dificuldade para lidar com a alteridade e a desconfiança nas instituições. Muitas pesquisas devem ser realizadas para responder sobre as razões que levam a estas atitudes. Para isso, seria importante que considerassem em suas explicações as dimensões da subjetividade, encontradas tanto na ciência política quanto na antropologia, inserindo os valores como um dos eixos que podem render análises mais completas sobre a conduta política. Todavia, ainda que sumárias e incompletas, apontaremos algumas interpretações sobre os fenômenos abordados.

Primeiro, deve ser situada a atmosfera sob a qual os jovens observam a política. Esta nova geração é herdeira de outras que promoveram os embates políticos de maio de 1968, mobilizaram pelo retorno à democracia, ocuparam as ruas com as caras pintadas e aprovaram a estabilidade econômica trazida pelo Plano Real. Os jovens pesquisados, na faixa de 18 a 24 anos, foram socializados em um ambiente muito distinto daquele dos anos de autoritarismo e de instabilidade econômica. Elevados a melhores condições econômicas e melhor incluídos no mercado, poucos deles experimentaram diretamente as fortes crises que marcaram as décadas dos 80 e 90. A maior parte dos eleitores jovens teve sua primeira participação eleitoral em 2006, sob o signo do continuísmo político, e muitos deram seu primeiro voto para um presidente situado à esquerda.

Os eleitores jovens não foram expostos a uma experiência que lhes permitisse comparar as diferenças entre estarem sob um regime autoritário ou

democrático, sob um governo de centro-esquerda ou centro-direita, além de desconhecera intensos sobressaltos econômicos. Distantes do cenário de crises econômicas, dispo de maior volume de informações, este segmento passou a realizar contatos virtuais e a acessar outras redes sociais, disponibilizadas pelos avanços tecnológicos. Eles incorporaram debates das gerações anteriores, descartaram outros e estão propondo novos valores.

Esta é a geração que vai mandar no país nos próximos anos e, por isso, dela se espera muito. Por enquanto, os jovens são somente uma promessa para um país que propaga o crescimento econômico e que podem vir a fazer parte de uma nova classe média, cuja conduta ainda é uma incógnita. E, além disso, o que mais? O próximo governo não poderá perder de vista a preocupação com a manutenção da estabilidade econômica e com as políticas de inclusão destes jovens no mercado. Mas, seria bem-vinda uma reflexão acerca das razões pelas quais a promoção destas políticas não tem produzido nem a integração dos jovens ao circuito político, nem a valorização da esfera pública e dos espaços de participação, como tampouco tem incidido sobre a aceitação da diversidade.

Este é um dos desafios trazidos para a nova presidente, eleita durante uma campanha que demonstrou explicitamente que existem conflitos de valores na sociedade e que as ideologias não estão mortas. Jogar este debate para debaixo do tapete pode manter as coisas como estão e produzir governabilidade. Mas, certamente, os temas não respondidos durante a campanha de 2010 retornarão, proximamente, à pauta. Ninguém duvida mais que o Brasil seguirá mudando, mas esta mudança tardia impõe também uma reflexão sobre os denominados direitos da quarta geração e sobre os valores que estão emergindo ou que foram revelados. Conquista-me, decifra-me ou te devoro. Este é o recado que os jovens deixaram. Fechadas as urnas, resta agora entendê-lo.

Bibliografia

- ALMEIDA, Alberto; YOUNG, Clifford (2002). As bases ideológicas do comportamento eleitoral. *Paper Apresentado no 3. Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política*. Niterói.
- BOHN, Simone R (2004). Evangélicos no Brasil: perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral. *Opinião Pública* [on-line]. 2004, vol.10, n.2, p. 288-338.
- BORBA, Julian e RIBEIRO, Ednaldo. (2010). Participação convencional e não-convencional na América Latina. *Revista Latino-Americana de Opinión Pública*. Buenos Aires, p. 53 - 77
- INGLEHART, R (1998). *Modernización y postmodernización: el cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid: CIS/Siglo XXI
- PIERUCCI, A. F. O.; PRANDI, J. R. (1995). Religiões e voto: a eleição presidencial de 1994. *Opinião Pública*, 3 (1), p. 20-43.
- TELLES, Helcimara e DIAS, Mariana (2011). Condutas políticas, valores e voto dos eleitores jovens de Belo Horizonte. *Revista do Legislativo*. Belo Horizonte. (artigo aceito para publicação)

Notas Técnicas

Projeto Edital FAPEMIG – Universal/ 2008
Opinião Pública: Partidos Políticos e Comportamento Eleitoral
Sub-Projeto: Juventude, Participação e Voto

Parceria: UFMG /IPESPE /ONG Democracia Ativa

Metodologia

Entrevistas (survey) vis a vis, realizadas entre 11 a 14 de setembro de 2010, na cidade de Belo Horizonte, todas regionais administrativas, mínimo de 5 bairros por regional.

Amostra: Jovens eleitores de 18 a 24 anos – 500 entrevistas; Cotas: Sexo, Idade, Regional, Classe Social (Critério Brasil)

Margem de erro 4.5; intervalo de confiança 95%.

Coleta de dados: Agência Press

Equipe:

Aline Burni, bolsista FAPEMIG
Mariana Dias, bolsista IPESPE
Renato Melo, bolsista IPESPE