

“SÍNDROME DO VETO ÚTIL”: ESBOÇO DE UMA HIPÓTESE SOBRE AS VONTADES POLÍTICAS QUE CAPTURARAM O ELEITOR EM 2014

Heloisa Dias Bezerra

Professora na Universidade Federal de Goiás

✉ diasbezerra.h@gmail.com

Resumo: *Com o objetivo de refletir sobre o resultado das eleições presidenciais de 2014 e sobre as vontades políticas dos eleitores, neste ensaio proponho especular sobre a “síndrome do veto útil”, termo usado para nomear um esboço de hipótese sobre a atitude do eleitor no segundo turno, que, ao se alinhar a Dilma ou a Aécio, teriam manifestando uma condição política de veto ao outro/inimigo.*

Palavras-chave: *síndrome do veto útil, eleições 2014, maniqueísmo midiático, atitude eleitoral*

Abstract: *In order to reflect on the outcome of the presidential elections of 2014 and on the political will of the voters, this essay proposes to speculate on the "useful veto syndrome," a term used to name the sketch of a hypothesis regarding the attitude of voters who, by aligning themselves with Dilma or Aécio in the second round, may have demonstrated a political condition of veto towards the other candidate/enemy.*

Keywords: *the useful veto syndrome, 2014 elections, media Manichaeism, electoral attitude*

O brasileiro vota de qualquer maneira? Esta pergunta costuma ressurgir nos anos de embate eleitoral, quase sempre como uma pergunta retórica, notadamente pela boca asséptica da grande mídia nacional (BEZERRA, 2007). Em 2014 não foi diferente e o eleitor brasileiro seguiu carimbado pela etiqueta do “vota por votar”, ainda que, desde o período pré-eleitoral, já se desenhasse o embate entre PT e PSDB, que pela sexta vez consecutiva lutaram bravamente pelo cetro presidencial.

Ora, se isto é verdade, podemos dizer que nunca na história desse país essa certeza duvidosa foi tão posta em xeque, pois, se levarmos em consideração a intensa movimentação de militantes e simpatizantes via web e nos comícios tradicionais, além do engajamento nas bocas de urna física e principalmente virtual, os eleitores foram às urnas com propósitos pré-alinha(va)dos em torno da possibilidade única de impedir a concretização de algo que não desejavam para si e/ou para o país. A este fenômeno estou chamando de “**síndrome do veto útil**”, uma hipótese sobre uma situação de veto a um arquétipo político encarnado por uma candidatura ou partido.

Na história dos estudos eleitorais (FIGUEIREDO, 1991), nós conhecemos bem a teoria do “voto útil”. Esta teoria explica a situação em que o eleitor opta por não votar no candidato da sua preferência para apostar em outro com mais chances de derrotar o candidato de sua não preferência, ou seja, opta por maximizar a utilidade do seu voto em uma eleição com pelo menos três possibilidades de descarregar o seu voto. O voto útil poderia até explicar o resultado do primeiro turno, com limitações. Mas e o segundo turno, que contou efetivamente com um eleitorado apaixonado, que mobilizou as redes sociais e as ruas e se manteve de prontidão na primeira semana após a apuração dos resultados?

Partindo dessas e de outras indagações, comecei a especular sobre o que batizei de “**síndrome do veto útil**”, um esboço de hipótese sobre a atitude do eleitorado no segundo turno, que, ao se alinhar à candidatura Dilma ou à candidatura Aécio, teria manifestado uma condição política de veto ao outro, o arquétipo do inimigo. Um fenômeno de caráter multicausal, com manifestações típicas de uma condição política episódica, geradora de uma atitude política de matiz variada, mas com uma face bem definida que consistiu no veto ao outro/inimigo.

A atitude de vetar o outro/inimigo vai além do não voto em A e do voto em B, conforme supõe o voto útil, mas inclui impedir o voto em C por meio de uma movimentação de fundo racional, que gera uma movimentação agregadora em relação a uma candidatura. E, ao mesmo tempo, gera um deslocamento da militância individual à ação coletiva em torno de temas que vão se sobrepondo, visando à desconstrução da candidatura que se conforma como um arquétipo do inimigo a ser derrotado e que representa o que não se deseja para si e/ou para o país.

A “**síndrome do veto útil**” tem componentes retrospectivos (informações e/ou pré-concepções relativas ao candidato e/ou seu grupo político) e prospectivos (informações e/ou expectativas relativas ao candidato e/ou seu grupo político). Impedir o outro/inimigo não se reduz a votar, requer um comportamento político não passivo e racional do que representa a vitória do outro/inimigo, o que pode ter raiz egoísta e/ou altruísta. O candidato que se elege como preferencial não é apenas aquele que incorpora características positivas para a sua escolha, mas é aquele que incorpora características que negam a existência do outro, que propiciam, ao menos discursivamente, a eliminação/morte do outro/inimigo. A “**síndrome do veto útil**” supõe a cristalização de arquétipos políticos que orientam a uma atitude de veto cuja utilidade é maximizada pelo movimento de agregação/contágio intencional ou não de outros eleitores.

Lembremos que a morte do candidato Eduardo Campos e a cobertura midiática recebida fez tremerem as bases de toda a campanha eleitoral, que vinha mornamente se arrastando, mas que já trazia como perspectiva o embate que acabou ocorrendo entre PT e PSDB. Quando Marina Silva foi alçada à cabeça de chapa do PSB, o discurso que começou a ser desenhado era o de que havia um eleitor disposto a abrir mão das suas preferências políticas ou da falta delas para apoiar a candidatura de Marina,

que passou a encarnar o que seria o desejo não apenas de mudar o grupo/projeto político que estava no poder a quase 12 anos, mas iniciou a construção de um discurso de eliminação do outro/inimigo/PT.

As eleições presidenciais no Brasil não podem ser olhadas de modo trivial. Em 2014, a batalha eleitoral conseguiu mobilizar mais de 112 milhões de eleitores, que tomaram a decisão de emitir a sua opinião política ao invés de pagar a pequena multa de R\$ 3,51 por turno eleitoral! Mesmo considerando os índices de abstenção, votos nulos e brancos, não dá para afirmar que a maioria do eleitorado vota de qualquer maneira. Suspender o juízo, neste caso, parece uma boa medida, o que não necessariamente ocorre com todos os atores envolvidos no processo. Nesta eleição, em pleno estado de torpor discursivo, tomados de espanto e amargura, o beijo da grande mídia nacional foi ao chão diante do resultado das urnas, que deu à Dilma Rousseff mais quatro anos de vida de rainha presidencial. Imediatamente as vontades políticas manifestadas nas urnas passaram a ser (des)classificadas de acordo com a linhagem seguida.

O voto em Dilma Rousseff foi (des)classificado como ignorante, acomodado, atrelado, submisso, um voto pequeno, simplório, de baixo valor para o Brasil. Já o voto em Aécio Neves classificado como independente, bem intencionado, visionário, maduro, um voto robusto, qualificado, de grande valor para o Brasil. Quem votou em Dilma, na avaliação de parte considerável da grande mídia nacional, votou de qualquer maneira, por votar, no máximo fez um cálculo egoísta em torno de privilégios individuais. Quem votou em Aécio, ao contrário, o fez de maneira consciente, com a certeza de que precisada dar a sua contribuição para o país, o cálculo foi altruísta, pelo bem da coletividade.

O maniqueísmo midiático não conseguiu compreender que o eleitor brasileiro, em 2014, foi tomado pela “**síndrome do veto útil**”. O arquétipo

político encarnado por Aécio Neves foi vetado por uma pequena maioria se comparado ao coletivo que vetou o arquétipo encarnado por Dilma Rousseff, o qual carregava um conjunto de informações negativas, especialmente aquelas relacionadas à corrupção e estagnação da economia.

Esta hipótese sobre uma “**síndrome do veto útil**” ainda está no plano da especulação acerca de um fenômeno observado e descrito a partir de suposições e premissas. A minha expectativa é que possa sobreviver ao teste dos fatos, à crueza da empiria que pouco cede aos apelos da nossa passionalidade científica.

Referências

- BEZERRA, Heloisa Dias. *Mídia e política: amigos ou inimigos... eis a questão*. Goiânia: Editora PUC-GO, 2007.
- FIGUEIREDO, Marcus. *A decisão do voto*. São Paulo: Editora Sumaré/ANPOCS, 1991.