

Clientelismo nas eleições municipais: como a distribuição de bens individuais e coletivos afeta a percepção dos eleitores

Felipe Lima Eduardo (UFMG)

Carlos Ranulfo (UFMG)

Mário Fuks (UFMG)

Introdução

Este trabalho busca mensurar o quanto eleitores são sensíveis à distribuição de bens promovida por políticos no Brasil. O desenho de análise proposto tem dois objetivos principais: a) testar se o tipo de entregas proporcionadas aos eleitores, sejam elas de caráter individual ou coletivo, aumenta ou diminui a chance de voto em candidatos a prefeito; e b) verificar se diferentes contextos eleitorais interferem sobre a relação entre distribuição de bens e voto. Para responder ao primeiro objetivo usamos um conjunto inédito de *survey experiments* realizados durante as eleições municipais de 2016 no Brasil. Para o segundo objetivo, aproveitamos que as cidades possuem tamanho populacional e contexto eleitoral diversos para testar se o cenário eleitoral afeta os resultados obtidos nos experimentos. Desta forma, buscamos responder à seguinte questão: ***Em que medida os bens, individuais ou coletivos, distribuídos por políticos afetam as expectativas dos eleitores?***

Os *survey experiments* foram realizados em 14 municípios¹ mineiros, com amostras independentes para cada localidade, e totalizaram um conjunto de aproximadamente 9500 entrevistas. O grupo de cidades, com diferentes tamanhos e nível de desenvolvimento, e o total de entrevistados, garantindo um poder de análise para diferentes subgrupos das amostras, representam um raro volume de dados em estudos como este. Em sua grande maioria, os trabalhos com *survey experiments*, dado o custo para realizá-los, concentram-se em poucos municípios, gerando questionamentos sobre a validade externa dos resultados, pois a comparação com outros cenários é limitada. Com isso, além de trazer respostas para o comportamento dos

¹ As cidades foram: Baldim, Betim, Belo Horizonte, Juiz de Fora, Miradouro, Ouro Branco, Pedro Leopoldo, Poços de Caldas, Pouso Alegre, Ribeirão das Neves, São Gonçalo do Pará, São Gonçalo do Sapucaí, Três Corações, Varginha

eleitores, o trabalho também traz avanços metodológicos e comparativos ao replicar o mesmo experimento em diferentes contextos. A presença de municípios pequenos, médios e grandes (incluindo a capital BH), localizados em diferentes regiões do estado, nos permite pensar sobre o comportamento dos eleitores não somente nessas localidades, mas, também, sobre o comportamento do eleitor mineiro e brasileiro.

Clientelismo e contextos eleitorais

Uma das principais hipóteses apresentada pelos estudos sobre clientelismo é o fato de que as condições socioeconômicas dos eleitores os tornam mais vulneráveis a estratégias clientelistas, e de interesse individual, em detrimento de aspectos mais universais e coletivos. O argumento é de que eleitores mais pobres necessitam mais de bens materiais imediatos, o que faz com que eles não possam esperar por efeitos de políticas públicas de longo prazo. De forma complementar, o baixo nível educacional, dos eleitores de renda mais baixa, também dificultaria a compreensão de como determinadas políticas públicas poderiam melhorar sua qualidade de vida. Isso fortaleceria a opção por candidatos que distribuem bens individuais ao invés de coletivos (Wantchekon, 2003; Kitschelt & Wilkinson, 2007).

Mas, alguns estudos também apontam que contextos eleitorais, e não somente as condições individuais dos eleitores, seriam responsáveis pela ausência ou presença de estratégias clientelistas na relação entre representante e representado. Por um lado, uma parte dos trabalhos demonstra que o clientelismo seria mais visível em localidades de menor desenvolvimento econômico, seguindo a hipótese principal dos estudos de que eleitores mais pobres seriam mais propensos a aceitar a prática clientelista (Wantchekon, 2003; Kitschelt & Wilkinson, 2007). Entretanto, Magaloni et. al. (2007) e Weitz-Shapiro (2014) demonstram que outras variáveis contextuais, para além do desenvolvimento econômico, também interferem na presença ou ausência do clientelismo em determinadas localidades. Segundo Magaloni et al. (2007), o impacto do desenvolvimento econômico não poderia ser analisado sem levar em conta a competição política e o risco eleitoral, vivenciado pelos incumbentes. Segundo os autores, o grau de risco eleitoral definiria a estratégia utilizada pelo incumbente, pois ele investiria mais em clientelismo quando estivesse eleitoralmente ameaçado. Mas, a estratégia clientelista só seria eficiente se o eleitorado mais propenso a aceitar bens individuais fosse maior do que aquele que

espera por bens coletivos. Com isso, a estratégia adotada em cada localidade seria sempre função destas três variáveis: desenvolvimento econômico, competição política e risco eleitoral.

Ao considerar que aspectos da disputa eleitoral interferem na presença de atividades clientelistas, Magaloni et. al (2007) e Weitz-Shapiro (2014), indiretamente, trazem para o debate o fato de que o contexto eleitoral poderia também afetar a percepção dos eleitores em relação à prática. Pois, se considerarmos que o comportamento das elites políticas é afetado pelo contexto eleitoral, logo a percepção dos eleitores em relação a práticas dessa elite também deve ser influenciado. Afinal, espera-se que os eleitores construam seus cálculos eleitorais a partir da expectativa em relação ao comportamento dos políticos, ou seja, as duas coisas estão diretamente relacionadas. Desta forma, em algumas localidades, eleitores aceitariam melhor práticas clientelistas por que elas fazem parte de como a relação representante e representado foi construída ao longo dos anos.

Neste *paper* concordamos com o argumento inicialmente proposto por Magaloni et. al (2007) e Weitz-Shapiro (2014) de que o mecanismo que move a prática clientelista não é somente a condição socioeconômica dos eleitores, pois o contexto eleitoral possui considerável influência sobre o comportamento clientelista, tanto da oferta como da demanda. Mas, dado que a percepção dos eleitores ainda não foi suficientemente explorada, ainda existe muita incerteza sobre qual mecanismo seria mais importante para o aumento ou redução das práticas clientelistas, se a condição dos indivíduos ou o contexto eleitoral. Assim, procuramos verificar as duas hipóteses – condições socioeconômicas e contextuais – trazendo novas evidências para o debate.

Essa discussão é relevante, pois se em uma democracia ideal esperaríamos que ambos, representantes e representados, buscariam políticas públicas para o coletivo ao invés de benefícios individuais – característica intrínseca ao clientelismo –, devemos saber como atuar para a redução e, se possível, eliminação das práticas clientelistas. Sendo assim, devemos refletir sobre os mecanismos causais dessas relações. Pois, se as práticas clientelistas são determinadas apenas pela condição socioeconômica dos eleitores, o desenvolvimento econômico e social deveria por si só eliminar a presença do clientelismo. Por outro lado, se o contexto político for realmente um mecanismo importante, talvez alterações institucionais fossem capazes de eliminar o clientelismo das sociedades modernas. Este trabalho apresenta um conjunto de evidências para o avanço da discussão.

O contexto brasileiro: as relações entre prefeitos e deputados e as diferenças regionais

No caso brasileiro, quando pensamos nas expectativas dos eleitores em relação ao trabalho de seus representantes e, também, como os contextos eleitorais podem interferir na percepção deles, precisamos considerar a relação existente entre prefeitos e deputados (tanto federais como estaduais) e como são definidas suas estratégias eleitorais. Afinal, a lógica da competição eleitoral brasileira, e do próprio desenho federalista, torna factível e racional que prefeitos e deputados construam estratégias eleitorais coletivas, por meio de uma “aliança” entre os mandatos legislativos (deputados) e executivos (prefeitos), visando à construção de bases eleitorais locais que podem potencializar a carreira política de ambos (Eduardo, 2016).

Em geral, a relação entre estes dois representantes é definida nos seguintes termos: deputados possuem acesso a verbas governamentais discricionárias, à burocracia estatal e à elaboração de políticas públicas. Com isso, podem definir estratégias individuais para distribuição de recursos e favorecimentos a determinados municípios em detrimento de outros (Ames, 2001 e Carvalho, 2003). Já prefeitos possuem maior proximidade com eleitores e, na maioria das vezes, maior capital político local. Dado que os municípios brasileiros, em sua grande maioria, buscam formas de aumentar o acesso a benefícios oriundos dos governos federais e estaduais e deputados buscam ampliar ou manter suas bases eleitorais para garantir sua reeleição. Assim, parece racional e estratégico, como apontado anteriormente, que prefeitos e deputados negociem apoios e construam alianças para se beneficiarem eleitoralmente, visto que o apoio mútuo é benéfico para ambos os lados (Eduardo, 2016).

Desta forma, a estratégia eleitoral dos deputados é adequada de acordo com o tamanho dos municípios (Ames, 2001 e Carvalho, 2003) e da relação de proximidade que eles constroem com os prefeitos (Eduardo, 2016). Neste sentido, é válido pensar que na dinâmica política brasileira a percepção dos eleitores em relação aos benefícios proporcionados pelos políticos pode ser influenciada tanto pelo contexto da competição política, como o tamanho e o grau de desenvolvimento dos municípios. Essa realidade brasileira proporciona uma oportunidade singular para verificar se eleitores são influenciados pelo tipo de entrega proporcionada pelos políticos e o quanto que os contextos eleitorais podem interferir nessa relação. Na sequência do paper discutimos, a partir de um conjunto de evidências, como os tipos de bens distribuídos pelos políticos e os contextos eleitorais afetam a percepção dos eleitores.

Survey experiment nas eleições municipais brasileiras

Para verificar ***em que medida os bens, individuais ou coletivos, distribuídos por políticos afetam as expectativas dos eleitores*** usamos um desenho experimental, onde as amostras representativas de cada cidade foram distribuídas igual e aleatoriamente em três diferentes grupos: controle, tratamento de bens individuais (ou privados) e tratamento de bens coletivos (ou públicos) (Tabela 1). Os três grupos responderam a uma mesma pergunta sobre quanto o apoio de deputados afetariam sua chance de votar no candidato a prefeito de sua preferência. A redação da pergunta foi a seguinte: *Sabendo que o seu candidato a prefeito é aliado de um deputado, de 0 a 10 qual seria a sua chance de votar nele?*

Dado que os *surveys* foram realizados durante o período eleitoral, ao construir a pergunta do grupo de controle optamos por utilizar o apoio dos deputados como referência para universalizar as respostas, despersonalizando preferências individuais em relação a candidatos específicos. Afinal, nosso interesse era mensurar como eleitores percebem diferentes estratégias de distribuições de bens utilizados pelos políticos e não quanto os eleitores apoiam seus candidatos. Acreditamos que a estratégia foi bem sucedida, visto que na grande maioria das respostas os entrevistados se mantiveram neutros em relação ao apoio, como mostraremos nos resultados apresentados na sequência do trabalho. Vale destacar também que optamos por não diferenciar entre deputados estaduais e federais, pois o tipo de relação entre eles e os prefeitos não é significativamente diferente.

O grupo de controle respondeu apenas a pergunta da forma como foi formulada. Já os grupos de tratamentos, antes de responderem a pergunta, receberam informações sobre dois diferentes tipos de forma de atuação, normalmente realizados por políticos durante seus mandatos. As informações foram acrescentadas ao questionário, em formato de vinhetas, e lidas pelos entrevistadores antes da pergunta principal. O grupo de tratamento de bens individuais recebeu a seguinte vinheta: *Prefeitos podem trabalhar com deputados para atender demandas individuais dos eleitores.* Já para o grupo de tratamento de bens coletivos a vinheta foi: *Prefeitos podem trabalhar com deputados para trazer obras e recursos para a cidade.* Logo após as vinhetas, os grupos de tratamento deveriam responder a mesma pergunta do grupo de controle.

As vinhetas buscavam ativar a percepção de que os políticos trabalhariam de determinada maneira, privilegiando eleitores individualmente ou coletivamente, durante o exercício do mandato. A redação da vinheta para tratamento de bens individuais, especialmente, foi redigida de forma a reduzir possíveis comportamentos socialmente desejáveis, por isso, não se usou termos “fortes” como: ajuda a eleitores e parentes, nomeação de cargos, compra de votos, etc.

Tabela 1 - O desenho do experimento

Tipo	Redação da pergunta
Controle	Sabendo que o seu candidato a prefeito é aliado de um deputado, de 0 a 10 qual seria a sua chance de votar nele?
Tratamento: bens individuais	<u>Prefeitos podem trabalhar com deputados para atender demandas individuais dos eleitores.</u> Sabendo que o seu candidato a prefeito é aliado de um deputado, de 0 a 10 qual seria a sua chance de votar nele?
Tratamento: bens coletivos	<u>Prefeitos podem trabalhar com deputados para trazer obras e recursos para a cidade.</u> Sabendo que o seu candidato a prefeito é aliado de um deputado, de 0 a 10 qual seria a sua chance de votar nele?

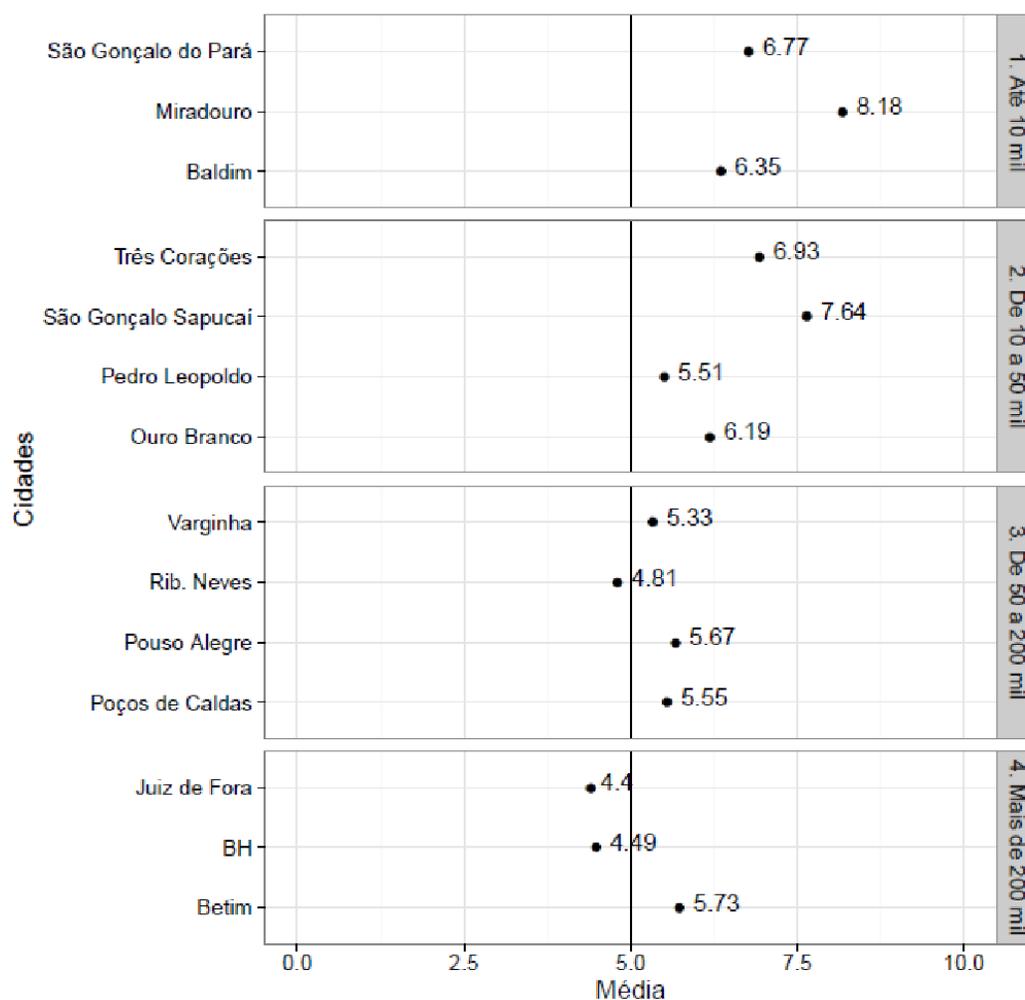
Fonte: Elaboração própria

Resultados

Antes de avaliar os resultados do experimento, mensurados pela média do efeito dos tratamentos (*average treatment effects - ATE*), apresentamos apenas os resultados obtidos com o grupo de controle, situação na qual nenhuma vinheta precedia a pergunta feita aos entrevistados. Ou seja, são consideradas apenas as respostas à pergunta direta: *Sabendo que o seu candidato a prefeito é aliado de um deputado, de 0 a 10 qual seria a sua chance de votar nele?* Esse primeiro passo é importante, mesmo que os resultados não possam ser considerados como teste de causalidade, porque ele define o “ponto de partida” da análise e compreensão dos dados. Neste trabalho, especificamente, dado que se apresenta um conjunto único de testes em diferentes contextos, as diferenças entre os grupos de controle assumem relevância singular nas análises. Afinal, se os testes de causalidades são mensurados pelos efeitos dos tratamentos sobre os grupos de controles, ao comparar contextos muito distintos, o ponto de partida do controle pode trazer nuances não observáveis nos resultados do teste de causalidade.

No gráfico 1, os resultados obtidos com o grupo de controle, separados pela quantidade de eleitores, mostram como as diferenças podem ser significativas quando os contextos eleitorais são diferentes. As médias das respostas dos entrevistados em cidades de menor e maior número de eleitores apresentam grandes diferenças, sendo mais altas nas cidades menores e mais baixas nas maiores. Mesmo admitindo que os resultados apenas da pergunta de controle não podem ser considerados como um teste de causalidade, acredita-se, dada a consistência dos dados, e o próprio conhecimento da prática política brasileira, estar diante de um indicativo de que, em cidades menores os eleitores tendem a avaliar mais positivamente a relação entre prefeitos e deputados. Este fato é relevante porque as diferenças das médias entre grupo de controle e tratamento que serão apresentadas podem não mostrar a importância dos contextos eleitorais da disputa política, se não contextualizadas pelo ponto de partida das médias.

Gráfico 1 - Média das respostas do grupo de controle pelo tamanho do eleitorado



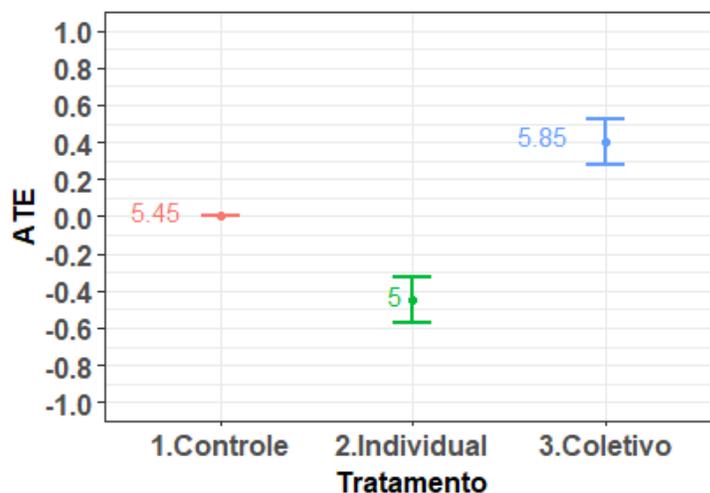
Fonte: Elaboração própria. Resultados do *survey experiment*

Os resultados mostrados no gráfico 1 deixam evidências significativas de que a maneira como o eleitor avalia a relação entre prefeitos e deputados varia com o porte do município. Cabe agora verificar o quanto incentivos individuais ou coletivos podem interferir nessa avaliação, por parte dos eleitores.

A chance de voto nos prefeitos aumenta quando os eleitores acreditam que, em parceria com os deputados, eles buscarão trazer benefícios coletivos para a cidade e reduz quando consideram que os prefeitos atenderão apenas a demandas de eleitores próximos a eles. Diretamente, este é o efeito encontrado pelos testes realizados. Comparando a média das respostas do grupo de controle com a do grupo de tratamento coletivo, quando, antes da pergunta

central, os eleitores receberam a vinheta, *Prefeitos podem trabalhar com deputados para trazer obras e recursos para a cidade*, o ATE encontrado foi um acréscimo de 0.40 na média dos resultados. Já o efeito do tratamento privado, quando a vinheta antes da pergunta era *Prefeitos podem trabalhar com deputados para atender demandas individuais dos eleitores*, foi uma redução de 0.45, (Gráfico 2).

Gráfico 2 - Média do efeito dos tratamentos (ATE)²



Fonte: Elaboração própria. Resultados do *survey experiment*

Se os resultados gerais são bastante diretos, o mesmo não pode ser dito quando os dados são segmentados por outras variáveis relevantes, como: renda dos entrevistados e número de eleitores na cidade. A diversidade no perfil dos eleitores e o conjunto de cidades pesquisadas permitem avanços em relação aos testes, já que o volume de entrevistas realizadas permite análise estatística para diversos subgrupos da amostra. Tratando-se de distribuição de bens, a principal teoria a ser testada é se eleitores mais pobres comportam-se diferentemente dos mais ricos. De acordo com os trabalhos sobre clientelismo, eleitores mais pobres são mais vulneráveis a incentivos clientelistas ou individuais porque as suas necessidades seriam mais urgentes, o que não permitiria aguardar por resultados de políticas públicas que demandam tempo maior para trazer retorno à sua qualidade de vida (Wantchekon, 2003; Kitschelt & Wilkinson, 2007, Magaloni, Diaz-Cayeros e Estévez (2007) e Weitz-Shapiro (2014)).

²No eixo y constam os valores da média do efeito do tratamento (em inglês, *average treatment effect - ATE*). Os valores do grupo de controle começam no ponto 0 e os tratamentos em seus respectivos pontos. Para melhor visualização e compreensão dos resultados optou-se por manter a média real de cada resultado em seus respectivos pontos. Todos os gráficos na sequência seguirão o mesmo padrão.

Renda dos entrevistados

Em um primeiro olhar, os testes parecem rejeitar a hipótese de que eleitores mais pobres são mais sensíveis a incentivos individuais. Em todos os subgrupos, os ATEs do tratamento privado foram negativos e do tratamento coletivo, positivos, independentemente da renda dos entrevistados. Se os resultados se resumissem apenas a esses dados, o teste estaria indicando que eleitores ricos e pobres comportam-se da mesma maneira, em relação à entrega de bens privados e coletivos, e assim a hipótese deveria ser realmente refutada. Mas, os resultados apresentados no gráfico 11 precisam ser melhor contextualizados e debatidos.

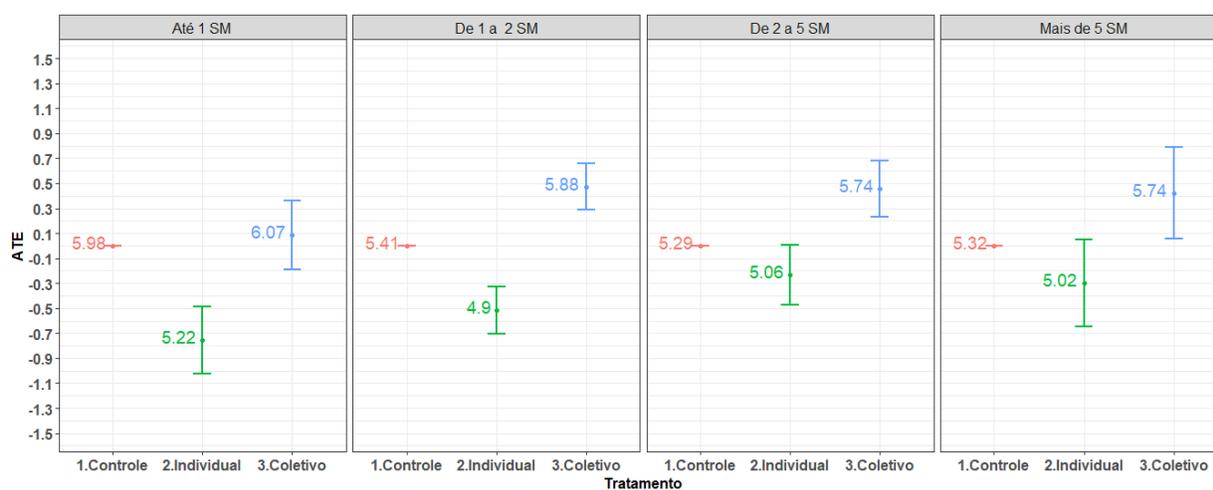
Em relação ao contexto eleitoral, o principal ponto a se destacar é a diferença no conjunto das médias, dos três grupos (controle, individual e coletivo), em cada subgrupo. Entre os entrevistados com renda de até um salário mínimo, todas as médias foram mais altas do que as de outros grupos, o que traz uma importante consideração para os resultados, pois essa é uma evidência relevante de que contextos eleitorais importam e podem afetar a interpretação dos resultados dos experimentos. Para compreender melhor essas diferenças contextuais é válido retornar à escala que os entrevistados usaram durante a entrevista. Para cada grupo, tratamento ou controle, os entrevistados posicionavam sua chance de votar no prefeito, dado que ele é aliado de um deputado, em uma escala de 0 a 10: 0 significava “não votaria de jeito nenhum” (no prefeito que tem um deputado como aliado), 5, não faz diferença (a chance de voto não muda se o prefeito é aliado de um deputado) e 10, votaria com certeza se o candidato é aliado de um deputado. Ou seja, em todas as respostas os entrevistados estavam avaliando o fato de o prefeito ser aliado de um deputado. Assim, respostas acima de 5 podem significar que eles aprovam a aliança e abaixo que eles reprovam. Esses resultados, por si só, não buscam qualquer inferência causal, mas podem dizer algo sobre como os contextos eleitorais afetam os testes de causalidade.

Desta forma, as análises a seguir devem considerar dois pontos: i) o teste de causalidade, mensurado pela diferença entre a média do grupo de tratamento e de controle, esse é o resultado efetivo dos testes propostos; ii) mesmo não sendo um teste de causalidade, a posição da média do entrevistado em cada grupo diz algo sobre o contexto eleitoral e como os resultados dos testes podem ser afetados pelo contexto.

O resultado objetivo do efeito do tratamento privado, no grupo de até um salário mínimo, é que ele reduziu em 0,76 (ATE) a chance de voto no candidato. Entretanto, a média das

respostas no grupo ainda ficou em 5,22. Ou seja, um incentivo privado reduz a chance de voto de eleitores mais pobres, mas, mesmo assim, eles ainda apresentam um comportamento “levemente” mais favorável à aliança entre prefeitos e deputados do que os outros grupos. Nos outros grupos de renda o ATE do tratamento individual também foi negativo para todos, mas a média geral dos grupos, diferentemente do grupo mais pobre, manteve-se mais próxima da nota cinco, não demonstrando qualquer tendência positiva em relação à aliança.

Gráfico 3 - Média do efeito dos tratamentos (ATE) pela renda dos entrevistados



Fonte: Elaboração própria. Resultados do *survey experiment*

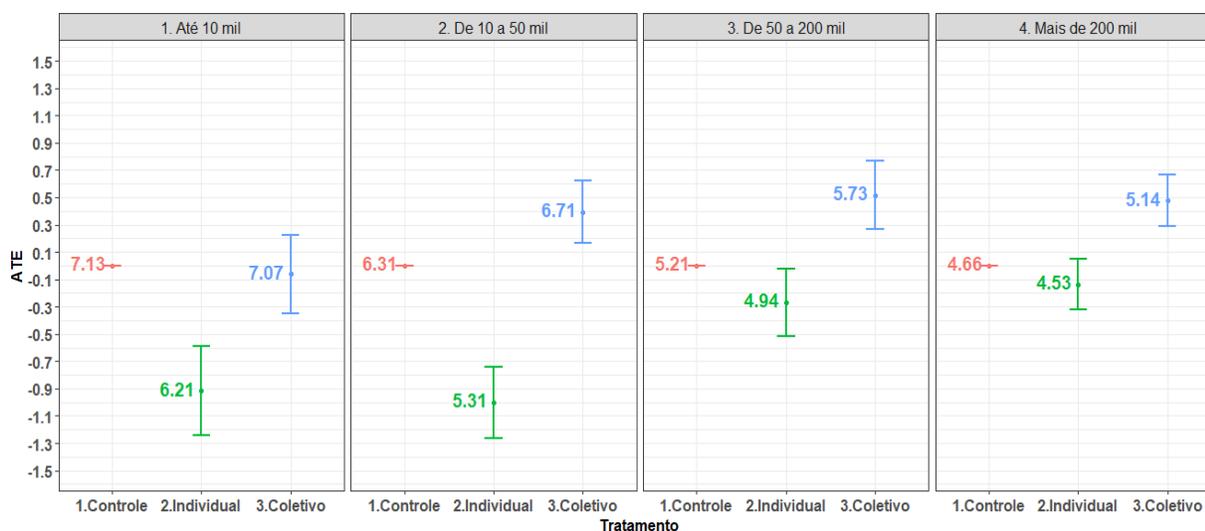
Em relação ao grupo de tratamento coletivo, os resultados dos ATEs apresentaram valores aproximados em praticamente todos os subgrupos, com um crescimento entre 0,42 e 0,47, relativamente ao grupo de controle. Somente o grupo de até um salário mínimo apresentou comportamento distinto, com um ATE de 0,09. Mas, mais uma vez a média do grupo foi acima da de todos os outros grupos, sendo a média geral 6,07.

Tamanho dos municípios

A segmentação do experimento pelo número de eleitores nos municípios permite olhar a causalidade das entregas realizadas pelos prefeitos e deputados a partir das diferenças contextuais na qual eles estão inseridos.

Mais uma vez, para além dos resultados do efeito médio dos tratamentos (ATE), o gráfico 4 mostra que o conjunto de médias dos três grupos (controle, privado e coletivo) é maior em cidades menores. Isso faz com que os resultados dos ATEs sejam interpretados de forma diferente em cada contexto. Por exemplo: o efeito do tratamento privado em municípios com até 10 mil eleitores é de - 0,92 e nas cidades entre 10 mil a 50 mil é de -1,0. Ambos são negativos e indicam uma redução significativa na chance de um eleitor votar em um candidato a prefeito que se alia a um deputado para distribuir benefícios individuais a seus eleitores. Entretanto, as médias dos grupos de até 10 mil e entre 10 mil e 50 mil eleitores se mantêm acima de cinco, mostrando que mesmo avaliando de forma mais negativa a entrega de bens individuais, os eleitores destes municípios, ainda assim, tendem a ver mais positivamente aliança entre prefeitos e deputados, do que em municípios maiores. Nos grupos de cidades maiores, entre 50 mil a 200 mil eleitores e acima de 200 mil eleitores, o efeito do tratamento individual é -0,27 e -0,13, respectivamente, e também indica que incentivos individuais reduzem a chance de voto nos candidatos. Mas as médias das respostas nesses dois grupos, tanto no grupo de controle como no de tratamento, estão bem abaixo dos outros dois grupos de municípios menores, apresentando resultados abaixo de 5, o que pode indicar que eles reprovam mais a relação entre prefeitos e deputados. Esses resultados parecem não deixar dúvidas quanto as diferenças que contextos eleitorais podem fazer sobre a percepção dos eleitores.

Gráfico 4 - Média do efeito dos tratamentos (ATE) pelo tamanho do eleitorado



Fonte: Elaboração própria. Resultados do *survey experiment*

Na relação estratégica entre prefeitos e deputados existe um jogo relevante que pode explicar o comportamento diferenciado dos eleitores. Em geral, deputados possuem maior influência (e dominância) sobre cidades menores porque, nestes casos, em sua maioria, os prefeitos são politicamente mais fracos e dependentes dos deputados. Em cidades medianas, os prefeitos são politicamente mais fortes, até porque governam um número maior de eleitores, e o eleitorado, por sua vez, é mais diversificado, fazendo com que deputados encontrem maior dificuldade para conquistar majorias e enfrentem maior concorrência de outros deputados. Já em municípios maiores, o relacionamento entre prefeitos e deputados seria mais fluído devido ao grande número de candidatos disputando na cidade. Em tal contexto, é menos provável que o prefeito eleito possa comprometer-se com apenas um deles. Por fim, como demonstrado anteriormente, nas cidades pequenas e médias, os prefeitos dependem dos deputados para conseguir verbas e recursos para a cidade, ao passo que nas cidades maiores, principalmente nas capitais, essa dependência não é relevante.

Essa lógica da disputa e dependência eleitoral entre prefeitos e deputados ajuda a entender os diferentes resultados do experimento em cada grupo de municípios. Primeiramente, as médias mais baixas, em todos os grupos de tratamento, nas cidades maiores, já demonstram

que o eleitor não se preocupa tanto com a relação entre prefeitos e deputados quando escolhe o seu candidato a prefeito nestes municípios. Já em municípios menores a relação é inversa, o conjunto de todas as médias é muito mais alto, indicando maior expectativa de um bom relacionamento entre prefeitos e deputados e também a carência de recursos individuais e coletivos nestes contextos.

Nas cidades medianas, de 10 mil a 200 mil eleitores, estão os resultados mais interessantes, pois nestes casos o contexto eleitoral não é tão influenciado por nenhum dos dois extremos, forte dependência (cidades menores) ou baixa relevância (cidades maiores) em relação ao comprometimento de deputados e prefeitos. Assim, os grupos de médias possuem resultados mais balanceados, permitindo melhor leitura dos ATEs. Nos grupos de 10 mil a 50 mil eleitores (0,40) e de 50 mil a 200 mil (0,52) apontam que incentivos coletivos aumentam a chance de voto dos eleitores. Os resultados dos efeitos dos tratamentos individuais são -1,00 (10 mil a 50 mil eleitores) e -0,27 (50 mil a 200 mil) confirmando que também em cidades de porte médio os incentivos individuais tendem a ser punidos pelos eleitores.

Por fim, mesmo sem buscar nenhuma evidência causal, vale um comentário final sobre como a tendência dos resultados é perceptível no gráfico 4. A média do grupo de tratamento de bens individuais e coletivos reduz-se gradativamente à medida que cresce o tamanho das cidades. Isso pode indicar como que em cidades menores os eleitores são mais carentes de recursos e tendem a ter maior expectativa sobre a distribuição de bens, individuais e coletivos, por prefeitos e deputados.

Conclusão

Os resultados finais devem ser discutidos a partir de duas perspectivas: i) o efeito do tratamento e ii) o comportamento médio dos eleitores de acordo com o contexto eleitoral. No que tange ao efeito do tratamento não resta dúvida de que incentivos individuais (ou privados) reduzem a chance de voto dos candidatos e coletivos aumentam. Em todos os testes causais esse foi o resultado encontrado. Em relação ao contexto eleitoral, os dados parecem mostrar que eleitores de cidades menores percebem a relação entre prefeitos e deputados diferentemente dos eleitores de cidades maiores.

O experimento realizado tinha um objetivo direto: mensurar se incentivos individuais e coletivos afetam, positiva ou negativamente, a chance de voto dos eleitores. Como apontado, em todos os cenários, o incentivo individual reduziu a chance de voto e o coletivo a aumentou. De acordo com a literatura, seria de se esperar que eleitores mais pobres e de cidades menores fossem mais individualistas do que eleitores mais ricos e de cidades maiores, sendo mais suscetíveis à incentivos individuais. O experimento parece refutar essa hipótese.

Devido ao efeito teoricamente contrário à intuição dos resultados, conjecturamos sobre três possíveis razões para o resultado encontrado: i) **o tipo de questão**. Estudos que podem apresentar algum tipo de individualismo ou egoísmo por parte dos entrevistados estão sujeitos ao que a literatura sobre redação de perguntas em *surveys* classifica como “comportamento socialmente desejável”. Os entrevistados não declaram a verdade para preservar sua imagem perante o entrevistador. Admitimos que esse é um risco que o experimento realizado enfrentou e pode ter sido afetado por ele. ii) **o efeito “Sérgio Moro”³**. Desde o ano de 2014 o Brasil tem sido inundado por noticiário sobre corrupção política e a sociedade tem-se rebelado agressivamente contra qualquer possível caso que indique algum tipo de corrupção política. O tratamento de bens individuais utilizado pode ter sido mal interpretado pelos entrevistados, levando-os a considerar que a entrega de bens individuais poderia estar associada à corrupção, aumentando a rejeição a bens individuais. iii) **a inteligência e compreensão da política por parte dos eleitores**. A pergunta usada no experimento mensura se o tipo de bens (individual ou coletivo) afeta a chance de voto no prefeito. Na dinâmica da política brasileira não seria absurdo acreditar que o eleitor espera do prefeito bens coletivos e, dos deputados, bens individuais. Dado a oportunidade das eleições municipais, só foi possível testar o efeito sobre prefeitos. Testar como eleitores reagiriam se a pergunta fosse inversa, os candidatos sendo deputados, é uma tarefa a ser realizada em eleições futuras.

Se os resultados sobre bens individuais podem gerar alguma controvérsia, os de bens coletivos são bem persuasivos. Em todos os cenários o tratamento de bens coletivos alterou positivamente a chance de voto nos prefeitos, mostrando que eleitores aprovam e premiam, com votos, prefeitos que interagem com deputados para trazer mais recursos coletivos para cidade.

³ Sérgio Moro é o juiz responsável pela maior investigação sobre corrupção já realizada no país: a operação “Lava Jato”. Boa parte da população brasileira o caracteriza como o principal combatente da corrupção no país.

Esse resultado é mais uma evidência relevante de que os eleitores reconhecem o comprometimento entre eles e de que isso importa para o desempenho eleitoral.

No que tange ao contexto eleitoral, apesar de os dados não permitirem um teste de causalidade, os resultados mostraram que o contexto eleitoral influencia a percepção dos eleitores sobre o comprometimento entre prefeitos e deputados e o tipo de distribuição de bens proporcionada por eles. A média das notas em cidades menores foi consideravelmente maior, para os três grupos (controle, individual e coletivo), do que em cidades maiores. Isso é uma evidência relevante de que nessas cidades os eleitores tendem a ser mais receptivos e esperam mais resultados (ou distribuição de bens) da relação de dependência entre prefeitos e deputados.

A diferença no conjunto das médias de cada grupo, para além de mostrar que eleitores de cidades menores são mais receptivos à interação entre prefeitos e deputados, traz também um desafio metodológico para a validade externa do uso de *survey experiments*. Ao olhar apenas a média dos efeitos dos tratamentos, os resultados apontaram a mesma direção causal (rejeição dos bens individuais e aprovação dos bens coletivos). Entretanto, as magnitudes dos efeitos e, principalmente, o *baseline* (o ponto de partida) de cada grupo foram bastante distintos, deixando a dúvida de quanto isso pode influenciar a interpretação dos resultados.

Referências bibliográficas

AMES, Barry (2001). *The Deadlock of Democracy in Brazil*. Ann Arbor, Michigan University Press

AUYERO, J. (2014): Lessons Learned while studying clientelistic politics in the gray zone. In *Clientelism, social policy, and the quality of democracy*. Edited by. Diego Abente Brun and Larry Diamond. Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press

AVELINO, George.(1994): *Clientelismo e Política no Brasil*. Novos Estudos. CEBRAP, São Paulo, v. 38, 1994.

BORGES, A. (2010): Já não se fazem mais máquinas políticas como antigamente: competição vertical e mudança eleitoral nos estados brasileiros. *Revista de Sociologia e Política (UFPR. Impresso)*, v. 18, p. 167-188, 2010.

BRUSCO, V., NAZARENO, M., and STOKES, S. C. 2004. Vote buying in Argentina. *Latin American Research Review*, 39: 66-88

CARVALHO, Nelson Rojas. (2003): E no início eram as bases. *Geografia política do voto e comportamento legislativo no Brasil*. Rio de Janeiro: Revan.

COX, G. W., and MCCUBBINS, M. D. (1986): Electoral politics as a redistributive game. *Journal of Politics*, 48 (2): 370-89.

DESPOSATO, S. W. (2006): How does vote buying shape the legislative arena? Pp. 144-79 in *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying*, ed. R C. Schaffer. Boulder, Colo.: Lynne Rienner.

EDUARDO, F. L.(2016): *Committed Brokers: a união entre prefeitos e deputados no Brasil*. Tese (Doutorado), Departamento de Ciência Política, UFMG

EDUARDO, F. L.; Araújo, V. (2016): Perfil do candidato ou dinheiro: de onde vem o sucesso eleitoral dos candidatos, em eleições proporcionais no Brasil? *Revista Teoria & Pesquisa*, v 25, nº1

EDUARDO, F. L.(2015): A força dos candidatos à reeleição e o desempenho dos desafiantes: uma análise da competição nas eleições legislativas. *Cadernos da Escola do Legislativo*, nº27, jan/jun 2015

GANS-MORSE, Jordan, Sebastián Mazzuca, and Simeon Nichter.(2014): “Varieties of Clientelism: Machine Politics during Elections.” *American Journal of Political Science* 58(2): 415–32.

KITSCHKEKT, Herbert e WILKINSON, Steven I. (eds). (2007). *Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*. Cambridge/ UK: Cambridge Univ. Press.

LEVITSKY S, Freidenberg F.(2007): *Organizacion Informal de los Partidos en America Latina*. *Desarrollo Economico*. 2007;46 (184) :539-568.

LEONI, E. e PEREIRA, C. e RENNÓ, L..(2003): “Estratégias para sobreviver politicamente: escolhas de carreiras na Câmara de Deputados do Brasil”. *Opinião Publica*, vol.9, nº1, maio 2003.

LINDBECK,A., and WEIBULL,J.(1987): Balanced budget redistribution as the outcome of political competition. *Public Choice*, 52 (3): 273-97.

MAGALONI , B, DIAZ-CAYEROS , A. and ESTÉVEZ , F. (2007). Clientelism and portfolio diversification: a model of electoral investment with applications to Mexico. Pp. 381-429 in *Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, ed. H. Kitschelt and S. Wilkinson. Cambridge: Cambridge University Press.

MAYHEW, David R.(1974): *Congress: The electoral connection*. Yale University.

MEDINA , L. R, and STOKES , S.(2007): Monopoly and monitoring: an approach to political clientelism. Pp. 150-82 in *Patrons, Clients, and Policies: Patterns of Democratic Accountability and Political Competition*, ed. H. Kitschelt and S. Wilkinson. Cambridge: Cambridge University Press.

NICHTER, S.(2014): *Political Clientelism and Social Policy in Brazil*. In *Clientelism, social policy, an the quality of democracy*. Edited by. Diego Abente Brun and Larry Diamond. Baltimore, Maryland: Johns Hpkins University Press

ROBERTS, Kenneth (2014): *Changing Course in Latin America – party sytems in the neoliberal era*. Cambridge UniversityPress.

ROCHA, Marta M. e ARAÚJO, Paulo M. (2016). *Clientelismo e representação política no nível local no Brasil* (Trabalho apresentado para discussão nos Seminários de Pesquisa do Centro de Estudos Legislativos (CEL - UFMG) do Departamento de Ciência Política (DCP-UFMG))

STOKES, Susan C. (2005): “Perverse Accountability: A Formal Model of Machine Politics with Evidence from Argentina.” *American Political Science Review* 99, no. 03: 315– 325

STOKES, Susan C. (2005): 2007. Is vote buying undemocratic? Pp. 117-43 in *Elections for Sale: The Causes and Consequences of Vote Buying*, ed. F. C. Schaffner Boulder, Colo.: Lynne Rienner.

STOKES, Susan, Thad Dunning, Marcelo Nazareno, and Valeria Brusco. (2013): *Brokers, Voters, and Clientelism*. New York: Cambridge University Press.

WEITZ-SHAPIRO, R.(2014): “Curbing Clientelism in Argentina: Politics, Poverty, and Social Policy” .Cambridge University Press.