

EM DEBATE

Opinião Pública e Conjuntura Política

2010

Um Periódico do grupo de pesquisa Opinião Pública: Marketing Político e Comportamento Eleitoral



DOSSIÊ: OPINIÃO PÚBLICA E PARTIDOS POLÍTICOS

Mathieu Turgeon

Emerson Urizzi Cervi

Vitor Amorim de Angelo

Jairo Pimentel



OPINIÃO

Eduardo Zauli

Francisco Meira

Periódico Eletrônico do
Grupo de Pesquisa de “Opinião Pública:
Marketing Político e Comportamento
Eleitoral”

Universidade Federal de Minas Gerais
Av. Presidente Antônio Carlos, 6627
Campus Pampulha - CEP: 31.270-901
Belo Horizonte - MG - Brasil
Tel: (31) 3409-5007



Ano 1, n. 3, Novembro de 2009 ISSN 2176-4883

GRUPO DE PESQUISA OPINIÃO PÚBLICA: MARKETING POLÍTICO E COMPORTAMENTO ELEITORAL

Em Debate

Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política

Missão

Publicar artigos e ensaios que debatam a conjuntura política e temas das áreas de opinião pública, marketing político, comportamento eleitoral e partidos.

Coordenação:

Helcimara de Souza Telles, UFMG

Conselho Editorial

Antônio Lavareda – IPESPE

Aquilles Magide – UFPE

Cloves Luiz Pereira Oliveira – UEFS

Dalmir Francisco - UFMG

Denise Paiva Ferreira - UFG

Gustavo Venturi Júnior - USP

Helcimara de Souza Telles - UFMG

Heloisa Dias Bezerra - UFG

Julian Borba - UFSC

Luciana Fernandes Veiga – UFPR

Luiz Ademir de Oliveira - UFSJ

Luiz Cláudio Lourenço - UFBA

Malco Braga Camargos, - PUC-MINAS

Marcus Faria Figueiredo – IUPERJ

Mathieu Turgeon - UnB

Rubens de Toledo Júnior – UFBA

Silvana Krause – UFG

Yan de Souza Carreirão - UFPR

Jornalista Responsável

Carlos Eduardo Morais Freitas

Equipe Técnica:

Leonardo da Silveira Ev

Marcos Filipe Pinheiro de Lima

Thiago Prata Lopes Storni

Endereço

Universidade Federal de Minas Gerais

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

Departamento de Ciência Política – DCP

Av. Antônio Carlos, 6.627 - Belo Horizonte

Minas Gerais – Brasil - 30850-021

+ (55) 31 3409 5007

email: marketing-politico@uol.com.br

Parceria

Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas
e Econômicas – IPESPE

As opiniões expressas nos artigos são de
inteira responsabilidade dos autores.

EM DEBATE

Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política
Ano I, Número III, Novembro de 2009

SUMÁRIO

Editorial	4-5
------------------	------------

Dossiê: “Opinião Pública e Partidos Políticos”

- **O uso de pesquisas de opinião pública nas democracias modernas** **6-12**
Mathieu Turgeon
- **Partidos, opinião pública e a competição eleitoral no Brasil** **13-19**
Emerson Urizzi Cervi
- **As correntes partidárias são fator de divisão?** **20-26**
Vitor Amorim de Angelo
- **O voto emocional é um comportamento racional?** **27-34**
Jairo Pimentel

Opinião

- **Opinião pública e instituições judiciais** **35-37**
Eduardo Zauli
- **Eleições 2010: o que podemos esperar** **38-41**
Entrevista: Francisco Meira

Colaboradores desta edição	42-43
-----------------------------------	--------------

EDITORIAL

Partidos, estratégias e pesquisas de opinião

Vários cientistas políticos têm defendido a hipótese de que o Brasil vive hoje uma crise da representação, ou seja, que os partidos estariam perdendo a capacidade de interagir com a população e de representá-la nas esferas governamentais. Tal perspectiva estaria assentada, entre outros fatores, nos resultados de pesquisas de opinião pública que demonstram baixos índices de preferência partidária e menor participação popular em atividades organizadas por partidos políticos.

Em perspectiva oposta, o professor Emerson Cervi problematiza, em ensaio publicado nesta edição, a capacidade das pesquisas de opinião de aferir, por meio de preferências individuais, o enfraquecimento dos partidos políticos na arena eleitoral. Para tanto, o autor utiliza dados que apontam para a estabilidade do sistema de representação, demonstrando que os partidos brasileiros tem se posicionado no espaço eleitoral de maneira consistente em diferentes eleições e para distintos níveis de governo, e têm orientado, ainda que minimamente, a disputa política.

O professor Mathieu Turgeon também questiona neste número do *EM DEBATE* as pesquisas de opinião pública e aponta distorções comuns decorrentes da falta de conhecimento político por parte dos pesquisados e de amostras poucas representativas da população.

Nessa perspectiva, vale ainda apontar a dificuldade das pesquisas de opinião em captar a emoção do eleitor, que, como aponta Jairo Pimentel Jr em artigo publicado nesta edição, é um importante fator explicativo do voto, ainda que pouco considerado pela ciência política.

Mesmo diante desse cenário, os resultados das pesquisas de opinião continuam a ser variáveis relevantes para os partidos políticos na definição das estratégias e discursos durante as campanhas eleitorais que, além de atuarem

como organizadoras de preferências têm a capacidade de aumentar o interesse e a confiança do eleitorado na democracia, como bem lembra Pimentel em seu texto.

Dito isso, ficam questionamentos acerca da relação entre os partidos, suas decisões estratégicas e as pesquisas de opinião pública: o que leva algumas organizações partidárias a basear suas estratégias apenas em pesquisas que refletem aspectos passageiros de determinada conjuntura? A consolidação de diretrizes e programas partidários claros, com duração para além de uma campanha política, não poderia trazer maiores ganhos para o enraizamento dos partidos e a consolidação da democracia? Neste caso, o debate acerca das correntes internas partidárias pode revelar os entraves e/ou estímulos à consolidação programática dos partidos. É o que discute o artigo de Vitor de Ângelo, a propósito do caso do Partido dos Trabalhadores (PT).

Para além da política partidária, é fato que a opinião pública também exerce pressão sobre outros níveis de exercício do poder, dentre eles o Judiciário. O professor Eduardo Zauli analisa, em seu artigo, os recentes posicionamentos do presidente do Supremo Tribunal, ministro Gilmar Mendes, de distanciamento da opinião pública e em que medida isso se apresenta como um dilema para o Judiciário, brasileiro.

Finalmente, com a aproximação do “tempo da política”, em decorrência das eleições nacionais a serem realizadas no próximo ano, EM DEBATE recebeu o Diretor do Instituto de Pesquisa Vox Populi, João Francisco Meira, para uma entrevista, na qual ele fala sobre o cenário que está se desenhando para a disputa da presidência em 2010.

O USO DAS PESQUISAS DE OPINIÃO PÚBLICA NA DEMOCRACIA MODERNA

The Use of Public Opinion Researches in Modern Democracy

Mathieu Turgeon
Universidade de Brasília - UnB
✉ turgeon@unb.br

A opinião pública é a agregação das opiniões dos cidadãos comuns sobre assuntos, eventos e atores políticos. As pesquisas de opinião pública são freqüentemente discutidas em jornais e periódicos, na TV e no rádio, bem como na Internet. Mas as pesquisas de opinião pública não são de domínio exclusivo da mídia. Partidos, candidatos políticos e outras organizações (sindicatos, agências e grupos de interesse) também encomendam pesquisas desta natureza. Os partidos e candidatos políticos, por exemplo, querem medir sua popularidade e avaliar suas chances de ganhar as eleições. Eles querem conhecer melhor o eleitorado e aprender quais são as suas preocupações para tentar obter seus votos. Os grupos de interesse, por outro lado, podem querer saber mais sobre as preferências de seus membros ou da popularidade de suas ações junto a população em geral. Hoje em dia, as pesquisas de opinião pública fazem parte integral das estratégias eleitorais dos candidatos e partidos que as usam também para definir plataformas políticas. Porém, a maioria das pesquisas de opinião pública é encomendada pela mídia. Com a chegada das eleições presidenciais de 2010, por exemplo, já foram publicadas muitas matérias dedicadas a esse assunto, algumas manipulando a lista dos possíveis candidatos ou outras avaliando como a popularidade do Lula pode influenciar o voto.

Sem dúvida, a opinião pública influencia a política, em parte, porque ela informa as elites políticas sobre as preferências e percepções dos cidadãos acerca das propostas de políticas públicas e dos diversos acontecimentos políticos. Os governos, claro, podem responder ou não a opinião pública. Dependendo da intensidade das opiniões os custos de não responder podem ser altos, especialmente na iminência das eleições. Por isso, as elites normalmente preocupam-se com a opinião pública, dando-lhe, então, uma certa legitimidade.

Na verdade, o problema nem é tanto com a receptividade das elites políticas à opinião pública, mas com a opinião pública como nós a medimos. A grande questão resume-se desta forma: as pesquisas de opinião pública medem adequadamente a opinião pública? Podemos identificar pelo menos três distorções importantes entre as pesquisas de opinião pública e a opinião pública. Primeiro, raramente as pesquisas de opinião pública representam bem as opiniões da população de interesse. Segundo, muitas das opiniões coletadas pelas pesquisas de opinião pública são sem sentido porque elas são mal informadas. E, finalmente, as pesquisas de opinião pública nem sempre medem o que elas querem medir (o problema do erro da medição). O texto a seguir discute cada uma destas distorções e conclui com uma discussão sobre o “valor” das pesquisas de opinião pública para a democracia dando estas limitações. Claro, nem todas estas distorções aplicam-se igualmente a qualquer pesquisa de opinião pública mas muitas delas sofrem de uma forma ou outra destas distorções. No caso específico das eleições, as distorções refletem-se nas diferenças substantivas que as vezes observamos entre as pesquisas eleitorais de opinião pública e os resultados das urnas.

As pesquisas de opinião pública raramente são representativas

Medir as opiniões das pessoas nem é sempre uma tarefa fácil, especialmente quando o grupo de interesse é grande. No jargão profissional nos referimos ao grupo de interesse como a população. Esta população pode ser pequena como no caso dos professores universitários de ciência política das universidades federais brasileiras ou muito grande como a população adulta brasileira. Quando a população é pequena, podemos simplesmente fazer perguntas a cada membro da população de interesse. Porém, quando a população é muito grande (o caso mais típico) temos que selecionar um subconjunto dos membros desta população para fazer as perguntas, ou seja, temos que construir uma amostra.

Uma boa amostra é aquela que é representativa da população de interesse. A representatividade de uma amostra depende de sua habilidade de retratar as características da população na sua totalidade. Uma amostra de sangue, por exemplo, é uma excelente amostra porque ela tem as mesmas características de todo o sangue que circula em nosso corpo e, por isso, os médicos podem usá-las para fazer diagnósticos precisos. Neste sentido, uma pesquisa usando uma amostra representativa de uma certa população deveria produzir os mesmos resultados que uma outra pesquisa entrevistando todos os membros daquela mesma população.

Elaborar uma amostra representativa nem sempre é uma coisa fácil. Existem várias técnicas para construir amostras, mas, sem dúvida, a amostra aleatória é a mais adequada. Por exemplo, numa amostra aleatória simples, cada membro da população de interesse tem probabilidade igual de ser selecionado para constituir a amostra. Este tipo de amostra tem propriedades estatísticas importantes que nós permitem concluir com um certo grau de certeza o quão “perto” a amostra esta da representar perfeitamente a população.

Uma técnica comumente usada, no Brasil e no resto do mundo, é escolher de maneira (quase)-aleatória números de telefone a serem chamados. Em poucas palavras, a idéia é de pedir a um computador de selecionar aleatoriamente DDDs e números de telefone que um entrevistador vai chamar. Quando a chamada for atendida, o entrevistador seleciona de novo aleatoriamente o indivíduo dentro do lar a participar da pesquisa. Claro que esta técnica tem seus próprios problemas porque nem todo número de telefone é residencial ou em serviço. Mas no caso específico do Brasil o maior problema é que nem todo mundo tem acesso ao telefone. Quem não tem, então, está sistematicamente excluído. O problema aqui é importante porque quem não tem telefone compartilha características comuns: são geralmente pessoas pobres e marginalizadas. Isto representa uma primeira distorção representacional.

Mas os problemas apenas começam aqui. De todos os indivíduos selecionados para participar da pesquisa nem todos são entrevistados porque alguns nunca estão em casa e outros simplesmente nunca atendem as chamadas. Para conseguir as entrevistas, o entrevistador precisa de persistência e deve ligar novamente várias vezes em horários diferentes. Na prática, a taxa de “rechamada” é muito baixa e esses indivíduos inicialmente selecionados serão infelizmente deixados de fora.

E, dentre aqueles indivíduos que contatados, nem todos vão querer participar da pesquisa e alguns não vão completar o questionário. Os “não-alcançáveis”, “recusadores” e “incompletos” afetam negativamente a qualidade da amostra. Uma prática comum é de substituí-los com outros participantes, mas isto introduz outras distorções representacionais na amostra porque os “substitutos” são geralmente pouco parecidos a aqueles que não conseguimos entrevistar da primeira vez.

Infelizmente, não acabam aqui os problemas relacionados às amostras. Daqueles indivíduos que aceitaram participar, alguns vão deixar de responder algumas perguntas. Mais precisamente, alguns participantes vão dizer que não têm opinião (isto é muito comum quando as perguntas são direcionadas a assuntos políticos) ou até se recusar a responder algumas perguntas (geralmente por medo de compartilhar opiniões julgadas como pessoais, especialmente aquelas relacionadas a assuntos socialmente sensíveis como o aborto ou o racismo). O problema aqui é que existe um viés entre aqueles que respondem e os que não respondem. Os últimos são geralmente menos informados, possuem renda e nível educacional menor, e são em grande medida jovens. Enfim, esta tendência entre alguns participantes também introduz distorções representacionais importantes nas amostras.

As pesquisas de opinião pública nem sempre fazem sentido

Décadas de pesquisa, no Brasil e em outros países, demonstram que a maioria dos cidadãos sabem pouco acerca da política (RENNÓ, 2007). As consequências desta falta de informação política sobre a opinião pública são importantes porque ela afeta as respostas dadas nas pesquisas de opinião. Como mencionado acima, alguns participantes mal informados vão preferir não expressar uma opinião quando perguntados. Outros participantes mal informados vão preferir, ao contrário, formar uma opinião no momento simplesmente para não decepcionar o entrevistador ou para não parecerem ignorantes. Estas opiniões, porém, não têm nenhum fundamento e muitos dos participantes responderiam de maneira diferente as mesmas perguntas em outro momento. Isto sugere que parte do eleitorado tem sim “verdadeiras” opiniões, mas que muitos outros respondem de maneira essencialmente aleatória. Dependendo do assunto político em questão, este último grupo pode ser muito grande. Este fato ajuda a explicar as grandes flutuações às vezes encontradas nas pesquisas de opinião pública.

Enquanto poucos pesquisadores hoje questionam o nível de conhecimento político das massas, alguns acreditam que a falta de conhecimento não tem grande impacto sobre a opinião pública. Segundo um primeiro grupo de pesquisadores, a falta de informação tem poucas consequências porque a maioria das pessoas possui opiniões “corretas”, mesmo com níveis informacionais baixos. Ou seja, os eleitores comportam-se da mesma forma quando têm pouca ou muita informação política (SNIDERMAN, BRODY & TETLOCK 1991). A explicação corrente é que eleitores usam atalhos cognitivos e dicas (*clues*) recebidas pelos amigos, membros da família ou grupos para informar os seus votos e atitudes. Outros pesquisadores acham também que a falta de conhecimento tem poucas consequências por outras razões. Segundo, Page e Shapiro (1992), por exemplo, as pessoas cometem, sim, “erros”, mas no final das contas, eles cancelam-se quando agregados, deixando a distribuição de opiniões de um grupo mais próxima à dos mais informados na sociedade. Portanto, a falta de informação individual não afeta os níveis coletivos de informação em uma sociedade.

Por outro lado, muitos acreditam que a falta de informação política cria distorções importantes nas opiniões de cidadãos, tanto ao nível do indivíduo como ao nível agregado. Simulações estatísticas mostram que o conhecimento político afeta as opiniões das pessoas (ALTHAUS 1998). O trabalho de Gilens (2001), por outro lado, demonstra, usando um experimento de tipo *survey*, que providenciar informação específica aos entrevistados afeta suas opiniões. Da mesma forma, Fiskin e Luskin também apresentam evidências de que eleitores expostos à mais informação e à deliberação apresentam respostas distintas de eleitores que não passam por esses processos (LUSKIN, FISHKIN & JOWELL 2002).

No final das contas, as evidências apontam mais na direção de distorções nas pesquisas de opinião pública devido à falta de conhecimento político.

A opinião pública sofre de erros de medição

Medir opiniões não é uma tarefa simples porque opiniões são objetos subjetivos. Medir a idade ou o gênero de uma pessoa é obvio, mas medir opiniões acerca da política é bem diferente porque não existe uma resposta

dita “correta”. Como já mencionado, muitas pessoas não possuem opiniões sobre muitos assuntos políticos. Entre eles, alguns vão formar opiniões no momento baseadas nas poucas informações facilmente acessíveis. As opiniões destas pessoas podem ser, então, altamente afetadas pela pergunta ela mesmo e, certamente, as perguntas que as precedem no questionário. Mais especificamente, o uso de certas palavras (enviesadas ou obscuras) ou formulações gramáticas complexas, como frases com dupla negativa, por exemplo, podem afetar as opiniões das pessoas, e especialmente daquelas menos informadas que têm pouca informação para basear a suas opiniões. As respostas dadas a perguntas anteriores também podem afetar a forma como os participantes vão responder as perguntas seguintes, as vezes só porque o participante quer parecer consistente com suas respostas anteriores. Isto significa que a construção do questionário merece muita atenção e reflexão na elaboração de uma pesquisa de opinião pública. Este passo, como a construção da amostra, não pode ser desconsiderado porque pode introduzir distorções substanciais na pesquisa de opinião.

Conclusão

Este ensaio não apresenta avaliação muito positiva das pesquisas de opinião pública. Demonstrei aqui que raramente tais pesquisas são representativas das populações de interesse, que muitas das opiniões medidas não têm fundamento sólido por causa da falta geral de conhecimento político e que questionários mal concebidos (e muitos o são) podem também introduzir distorções nas opiniões coletadas, especialmente entre os mal informados. Porém, será que deveremos abandonar a idéia de medir a opinião pública?

A resposta de Humphrey Taylor¹, inspirada do famoso Winston Churchill comparando a democracia com outros sistemas políticos, é muito clara. As pesquisas de opinião pública, apesar de todos os problemas apontados neste ensaio, continuam sendo a melhor maneira que temos para medir as opiniões e comportamentos das pessoas.

Com certeza ainda temos muito a fazer para melhorar a qualidade das pesquisas de opinião pública. Porém, muito já foi feito. Temos hoje técnicas para melhorar a representatividade das amostras e encorajar os entrevistados a

¹ “Polls are the worst way of measuring public opinion and public behavior, or of predicting elections—except for all the other.”

completar os questionários. Temos também feito avanços importantes na medição de opiniões mais informadas, usando desenhos experimentais como os famosos *Deliberative Polls* de James Fishkin (alguns já foram conduzidos no Brasil). E, finalmente, o conhecimento na arte de escrever e fazer perguntas fez seu caminho nas empresas de sondagem e os questionários hoje contam com muito menos erros. Enfim, os avanços das últimas décadas na área sugerem que não é impossível melhorar como medimos a opinião pública.

As pesquisas de opinião pública não vão desaparecer tão cedo, em parte, porque elas são ferramentas importantíssimas no jogo político atual. Como mencionado acima, os políticos e seus partidos usam as pesquisas para definir plataformas e elaborar estratégias para ganhar votos. A mídia, por sua vez, não vai também largar as pesquisas de opinião pública porque os eleitores gostam deste tipo de matéria. Enfim, as pesquisas de opinião pública estão aqui para ficar. Agora, é só preciso tentar melhorá-las.

Bibliografia:

- ALTHAUS, S. L. 1998. Information Effects in Collective Preferences. *American Political Science Review* 92: 545-558.
- GILENS, M. 2001. Political Ignorance and Collective Policy Preferences. *American Political Science Review* 95: 379-396.
- KINDER, D. R. 1998. Opinion and Action in the Realm of Politics In D. Gilbert et al., eds., *Handbook of Social Psychology*. 4th Edition, Oxford University Press.
- LUSKIN, R. C., J. S. FISHKIN, and R. JOWELL. 2002. Considered Opinions: Deliberative Polling in the U.K. *British Journal of Political Science* 32: 455-487.
- PAGE, B. I., and R. Y. SHAPIRO. 1992. *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*. Chicago: University of Chicago Press.
- RENNÓ, Lúcio. 2007. Desigualdade e informação política: as eleições brasileiras de 2002. *Dados* (Rio de Janeiro) 50: 721 - 55.
- SNIDERMAN, P. M., R. A. BRODY, and P. E. TETLOCK. 1991. *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. New York, NY: Cambridge University Press.

PARTIDOS, OPINIÃO PÚBLICA E COMPETIÇÃO ELEITORAL

Parties, Public Opinion and Electoral Competition

Emerson Urizzi Cervi
Universidade Federal do Paraná - UFPR
✉ eucervi@ufpr.br

A discussão sobre o papel dos partidos políticos na organização das preferências eleitorais é tema permanente na literatura sobre processos eleitorais. As principais posições podem ser resumidas entre “céticos”, que não acreditam na manutenção dos partidos como instituições políticas capazes de organizar a arena eleitoral; e “realistas”, que defendem que apenas os partidos que se adaptarem às novas condições de disputa – principalmente na profissionalização da representação – conseguirão se manter no “mercado” de representação política. Tais posições surgem após a identificação de indicadores empíricos que apontam para um maior distanciamento entre o eleitor e os partidos políticos, tais como a redução nos percentuais de eleitores que indicam ter simpatia ou preferência por partido político nas democracias consolidadas; menor participação e apoio explícito a atividades organizadas por lideranças partidárias; e redução na participação em eleições em países onde o voto não é obrigatório. A questão que se coloca é saber se esses indicadores representam mesmo um afastamento da capacidade dos partidos políticos em organizarem a arena eleitoral ou se aponta para novas formas de relação entre eleitor e líderes partidários.

Este ensaio tem o objetivo de indicar as limitações das conclusões sobre o enfraquecimento dos partidos políticos na arena eleitoral a partir da verificação de dados desagregados de pesquisas de opinião pública. A questão não é saber se o percentual de indivíduos que diz ter preferência ou simpatia por algum partido político está crescendo ou diminuindo, mas se existe algum indício de que os partidos conseguem organizar o debate e, principalmente, o resultado final das disputas

eleitorais. A hipótese aqui é de que a explicação sobre o papel dos partidos políticos na arena eleitoral só pode ser dada a partir da análise de dados agregados e não individuais, tais como as expressas por eleitores em pesquisas de opinião pública. Em outras palavras, se o eleitor individual possui preferência por algum partido político, isso pode ter um impacto muito pequeno na organização do debate eleitoral. O que importa de fato é se o agregado de votos apresenta alguma consistência ao longo do tempo e entre disputas de diferentes abrangências. Havendo manutenção no desempenho eleitoral dos partidos ao longo do tempo, isso pode ser considerado um indicador da capacidade de organização do sistema por parte dos partidos. Para testar essa hipótese são usados resultados eleitorais de um sistema de votação proporcional – para deputado federal. São consideradas informações sobre as votações totais dos partidos e os percentuais de candidatos que cada sigla conseguiu eleger nas eleições disputadas na última década. Se os modelos mostrarem-se consistentes ao longo do tempo, ou seja, se os resultados dos partidos em uma eleição apresentarem algum grau de determinação com a disputa posterior pode-se considerar que do ponto de vista agregado os partidos políticos têm alguma capacidade de organização do processo. Caso contrário, as variações de desempenho entre duas disputas seriam maiores e a relação entre elas baixa.

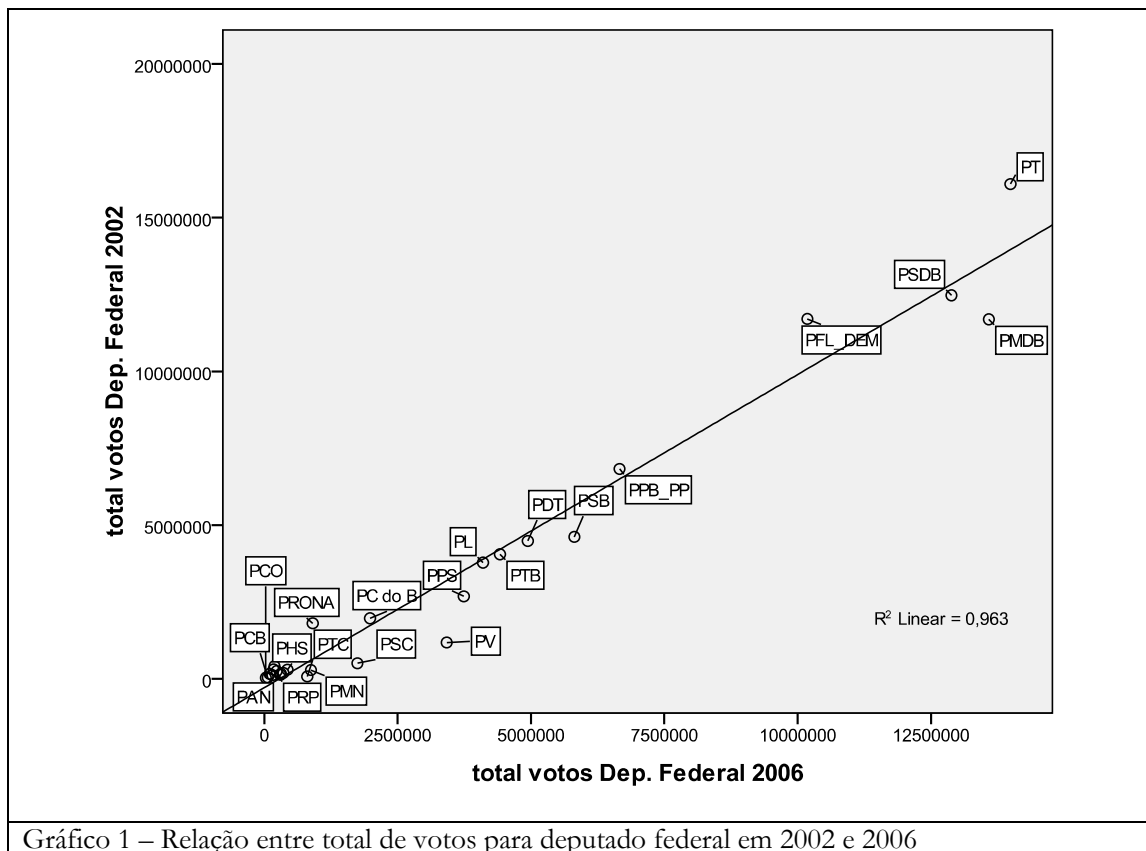
Quando em sociedade, os indivíduos tendem a manter opiniões próprias coerentes com as opiniões gerais dos grupos a que pertencem ou, ainda, com as opiniões gerais mais aceitas socialmente (NOELLE-NEUMAN, 1995). Para tanto, no caso de processos eleitorais, os eleitores selecionam informações e mensagens que recebem, dando atenção ao que concordam e privando-se do que discordam. Assim, os eleitores percebem atitudes similares em outros integrantes de seu grupo (CORREA, 1990), o que lhes dá maior segurança em relação ao “acerto” individual na decisão tomada.

Aspectos sociais e subjetivos que ajudam a construir a decisão do voto são condições necessárias para o surgimento de um eleitor “disponível” que exerce papel ativo no processo eleitoral ao reagir (positiva ou negativamente) a apelos dos candidatos. Nesse sentido, Manin (1995) lembra que na democracia de público o candidato tem que estar constantemente adaptando seu discurso e estratégias às demandas do eleitorado. Ainda que no decorrer de uma campanha eleitoral dê-se a identificação entre eleitor e candidato, não há uma submissão total, com o eleitor ficando disponível para sensibilizar-se aos apelos de outros candidatos na disputa. Assim, as imagens construídas antes e durante campanhas eleitorais passam a ser decisivas para a decisão do voto, visto que o eleitor é autônomo, volátil e infiel às opções políticas ofertadas no “mercado” eleitoral. Quanto mais claras estas opções, melhores as condições para decisão racional. No entanto, isso não significa que o

debate democrático passará a ser caótico e sem direção porque o eleitor ganha autonomia.

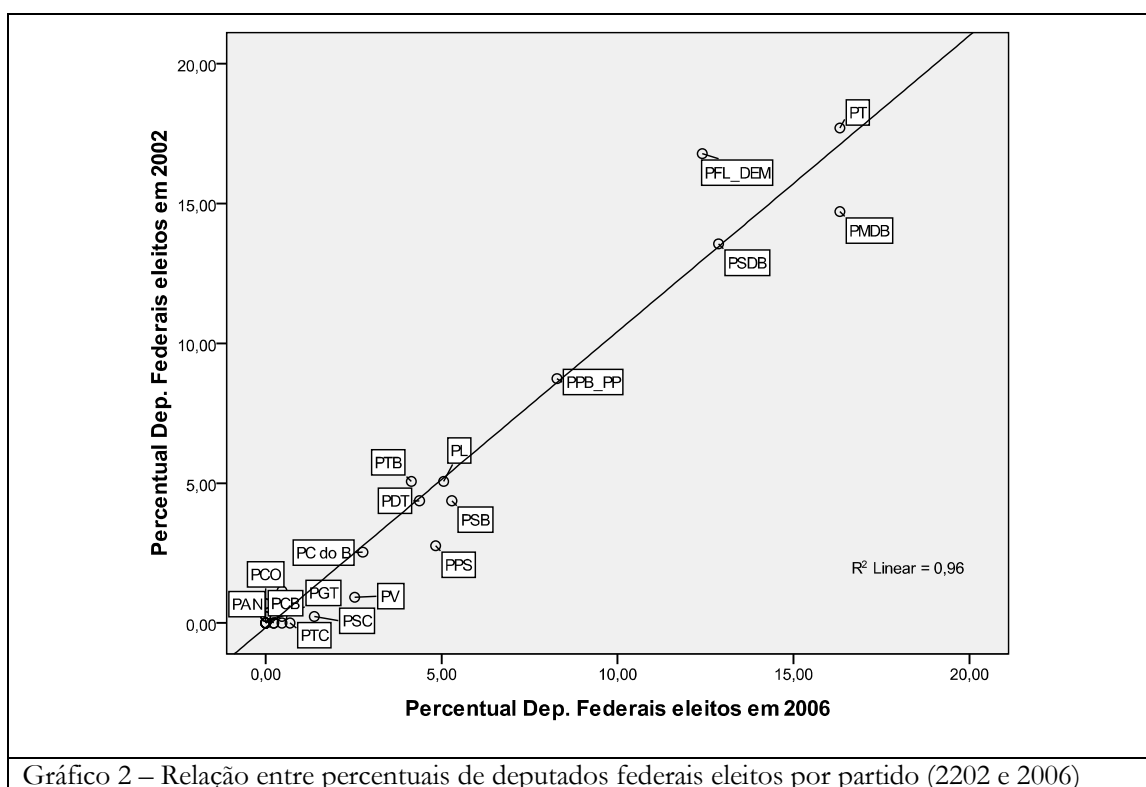
Aplicando a discussão às condições específicas das eleições brasileiras para deputado federal, é possível perceber que até mesmo as organizações políticas – que deveriam favorecer o voto normal – estimulam o comportamento político influenciado por fatores de curto prazo, pois as regras eleitorais e os baixos níveis de fidelidade partidária da elite política levam a permanente reconfiguração dos cenários eleitorais.

O gráfico 1, a seguir, mostra a relação entre o total de votos obtidos pelos partidos políticos para Câmara Federal nas duas últimas eleições (2002 e 2006). O coeficiente de determinação (r^2), que indica o quanto o modelo é consistente, apresenta-se bastante alto, em 96,3% de determinação. Ou seja, considerando apenas a relação bivariada, a votação obtida em 2006 pelos partidos políticos apresenta uma alta “memória” do desempenho da disputa anterior, 2002. Todos os partidos políticos que apresentaram candidatos para aquela disputa ficaram em torno da linha de regressão, com poucos desvios. Do ponto de vista agregado, pode-se dizer que os partidos conseguiram repetir seus desempenhos entre as duas disputas, mesmo que os eleitores individuais não tenham mantido suas preferências.

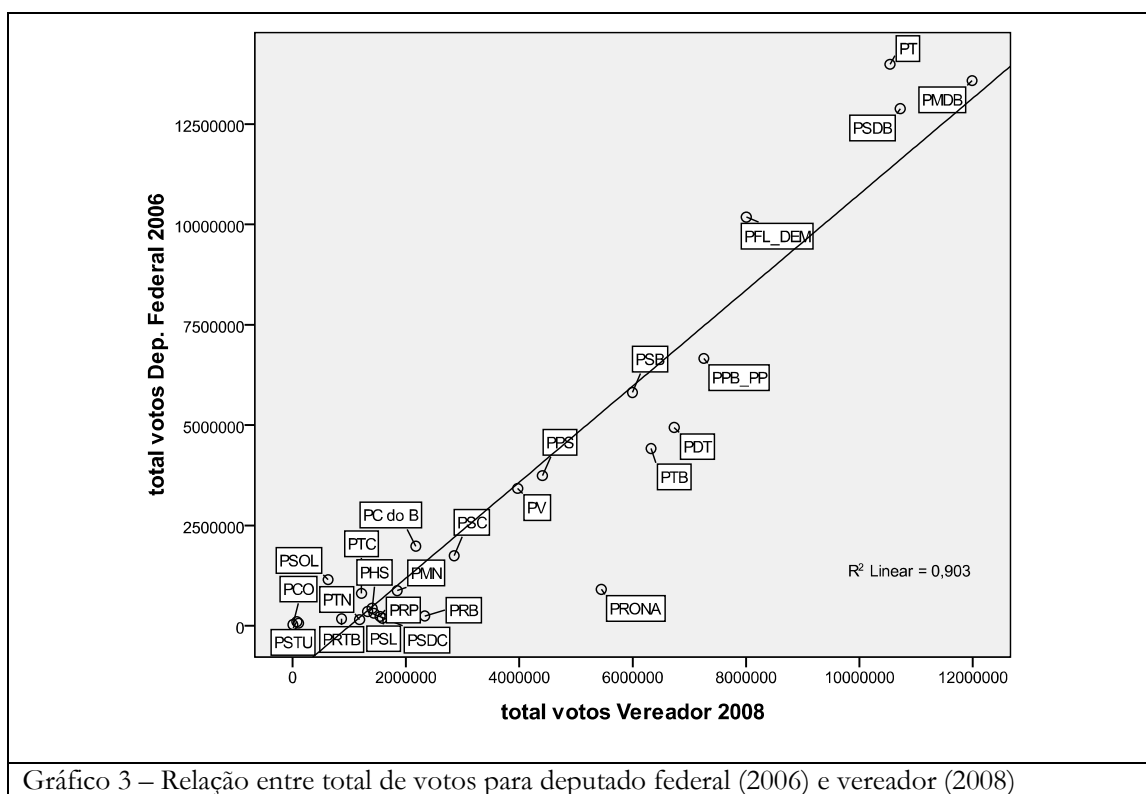


A forte relação entre os desempenhos agregados eleitorais dos partidos políticos entre duas eleições é insuficiente para indicar estabilidade do sistema de representação. Embora ela demonstre que os partidos tendem a se identificar como representantes de determinados segmentos e políticos entre duas disputas, não é possível saber se os eleitores que votaram em candidatos de determinado partido mantiveram-se fieis à sigla na disputa seguinte ou se eles foram todos substituídos por “novos” simpatizantes. O importante aqui é que no geral as siglas tendem a manter suas capacidades representativas, apesar das constantes críticas à infidelidade partidária da elite política.

Para verificar se a capacidade dos partidos em eleger representantes para a câmara federal se alterou entre as duas disputas em análise, o gráfico 2 apresenta a relação entre os desempenhos de 2002 e 2006 das siglas quanto aos percentuais de parlamentares eleitos entre o total de candidatos apresentados por partido. O resultado do modelo continua consistente, com coeficiente de determinação (r^2) de 96,0%, demonstrando uma manutenção entre os percentuais de deputados eleitos nas eleições de 2002 e 2006. O gráfico mostra a distribuição dos partidos em pelo menos três grupos. No primeiro, com eleição em torno de 15% dos candidatos nas duas disputas, encontram-se PT, DEM, PMDB e PSDB. Logo abaixo, com cerca de 10% dos candidatos eleitos, está o PP. O terceiro grupo, que gira em torno de 5% de candidatos eleitos, é formado por PDT, PTB, PSB e PL (atualmente PRB). Por fim, os demais partidos do sistema agregam-se em torno de 2% de candidatos eleitos nas duas disputas.



Os resultados mostram que os partidos políticos além de conseguirem manter votações relativas muito próximas entre as duas disputas em análise, também apresentaram consistência na manutenção dos percentuais de eleitos. O próximo gráfico aponta a relação entre as votações obtidas pelos partidos políticos brasileiros em duas disputas distintas para continuar testando a consistência entre as votações em disputas diferentes. A comparação se dá entre os totais de votos obtidos para deputado federal em 2006 e para vereador em 2008. Com isso, pretende-se verificar a capacidade de “organização” da arena eleitoral em diferentes abrangências e lógicas de escolha do eleitor (nacional e local). Como as duas disputas são proporcionais e para casas legislativas, é possível fazer a comparação direta entre o volume total de votos obtidos no território nacional nas duas disputas. O coeficiente de determinação (r^2) apresenta-se um pouco abaixo dos modelos anteriores, mas ainda assim bastante alto, em 90,3% de capacidade explicativa. Isso permite afirmar que há uma relação entre o desempenho agregado de votos dos partidos na disputa para a câmara federal e para as câmaras municipais em 2006 e 2008.



Outra informação que pode ser extraída do gráfico 3 é a separação entre partidos que tiveram melhor desempenho em disputas nacional (ficaram acima da reta de regressão) e que tiveram melhor desempenho nas eleições municipais (abaixo da reta de regressão). O PT, PMDB, PSDB e DEM fizeram mais votos para deputado federal em 2006 do que para vereador em 2008. Portanto, esses partidos mostraram maior força eleitoral na disputa parlamentar nacional do que nas eleições municipais.

Já o PP, PDT, PTB e Prona tiveram melhor desempenho nas disputas municipais de 2008 do que na nacional de 2006. A sigla que apresenta a maior diferença entre as duas disputas é o então Prona, que obteve quase 600 mil votos nas disputas para vereador e menos de 100 mil votos na eleição para deputado federal dois anos antes. Excetuando esse caso, todos os demais partidos apresentaram desempenhos similares entre as duas disputas incluídas no modelo.

Embora o sistema eleitoral brasileiro estimule a atuação personalizada e não partidária, em especial nas disputas proporcionais, os resultados das eleições nacionais e municipais mais recentes indicam uma estabilidade no sistema de representação. Ainda que o eleitor mostre-se cada vez mais descrente nos partidos políticos, segundo o que apontam as pesquisas de opinião pública, ele consegue identificar uma função dos partidos nas eleições e posiciona-se a respeito dela a cada disputa. Não se trata de considerar que a opinião pública se comporta consistentemente do ponto de vista ideológico ou que exista manutenção das preferências partidárias ao longo do tempo. Defender essas premissas é manter o erro de julgar comportamentos individuais a partir de informações agregadas. As séries temporais de resultados das eleições mostram que os partidos se posicionam no espaço eleitoral de maneira consistente. Há uma forte relação no desempenho dos partidos políticos entre distintas eleições e tudo indica que em 2010 tenderemos a ter resultados muito semelhantes com os de 2006.

Se a opinião pública diz não confiar nos partidos políticos ou se indica uma queda nos percentuais de preferência partidária, isso não necessariamente significa o “fim dos partidos políticos”. É possível que as pesquisas de opinião não apresentem as perguntas adequadas para medir comportamentos políticos agregados. A estabilidade ao longo do tempo nos resultados eleitorais não significa que o eleitor individual apresente manutenção de preferências ou que seja ideológico. Significa que embora eleitores apresentem volatilidade individual quanto às escolhas partidárias, no agregado do eleitorado há uma manutenção das posições em relação às preferências políticas. Se considerarmos o voto como uma cristalização da opinião pública, os resultados agregados das eleições mostram que os eleitores posicionam-se em relação às siglas de maneira consistente entre duas eleições diferentes (deputado federal - 2002 e 2006) e entre eleições com distintas abrangências (deputado federal - 2006 e vereador - 2008), como apresentado acima.

Bibliografia:

- CORREA, T. G. Contato imediato com a opinião pública. *Os bastidores da ação política*. Porto Alegre: editora G, 1990.
- MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, ano 10, n. 29 out., p. 5-34, 1995.
- NOELLE-NEUMAN, E. *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Barcelona: Edicionaes Paiós Ibérica, 1995.

AS CORRENTES PARTIDÁRIAS SÃO FATOR DE DIVISÃO?*

Can Partisan Factions be a Dissent Factor?

Vitor Amorim de Angelo
Universidade Federal de São Carlos – UFSCar
✉ vitordeangelo@terra.com.br

Existem diversas formas de nos aproximarmos analiticamente dos partidos políticos. Uma delas é através de suas correntes internas, também chamadas de tendências partidárias. Em linhas gerais, podemos dizer, retomando a formulação bastante conhecida de Giovanni Sartori, que as correntes constituem o nível imediatamente inferior ao partido. Ou seja, se tomarmos o partido como uma unidade, as correntes seriam então sua primeira subunidade (SARTORI, 1982). Nosso propósito aqui é realizar uma breve reflexão a respeito das correntes partidárias e de sua relação com a legenda da qual fazem parte, tomando como exemplo o caso do Partido dos Trabalhadores (PT).

Inicialmente, voltamos a 23 de outubro de 2002, data em que a revista *Veja* lançou seu último número antes da eleição presidencial, vencida pelo candidato petista Luís Inácio Lula da Silva. Na capa, sob um fundo azul e branco levemente degradê, destacava-se uma espécie de Cérbero¹ ornamentado com uma coleira pontiaguda em cujo pingente havia uma pequena estrela vermelha de cinco pontas. Em contraste com a figura mitológica da Grécia

* As principais idéias apresentadas neste ensaio foram discutidas de modo mais abrangente em Angelo (2009)

¹ Criatura da mitologia grega representada por um cão de 3 cabeças.

Antiga, o Cérbero de *Veja* possuía não uma, mas três cabeças: a de Lênin, Trotsky e Marx. O semblante raivoso de cada uma delas – à esquerda da boca de Trotsky era possível notar a saliva que caía – não destoava do restante do corpo, visivelmente agressivo, com um das patas em riste, e contido por uma coleira. Abaixo, o título de capa dizia: “O que querem os radicais do PT”.

A posição de *Veja* em relação à corrida presidencial de 2002 e a posição assumida pela revista desde então já foi objeto de vários trabalhos, de modo que não é o caso analisar os pormenores desse processo neste espaço. Recuperei o exemplo da revista apenas para ilustrar uma visão relativamente difundida a respeito das correntes partidárias: a de que elas são um fator de divisão interna. Tal idéia pressupõe que um partido cortado verticalmente por divisões político-ideológicas, dados seu enfraquecimento e sua falta de unidade interna, tenderia a assumir uma postura mais vacilante de outros que, inversamente, possuem uma menor diversidade de posições internas.

A questão que apresentamos aqui, portanto, é se as tendências são mesmo um fator de divisão interna. Para examiná-la, convidamos o leitor a observar alguns aspectos importantes da problemática das subunidades partidárias. O primeiro deles está relacionado ao fato de que os partidos são organizações políticas formadas por pessoas que se articulam em grupos. Assim, quanto mais grupos existirem dentro de uma legenda, mais dividida ela será, ao passo que serão maiores as chances de coesão interna quanto menos grupos se formarem dentro do partido. Nesse caso, a legenda estará menos suscetível a rachas provocados por divergências entre suas correntes, possibilidade que é sempre iminente num partido caracterizado por intensas clivagens internas.

O segundo aspecto para o qual chamamos a atenção é o fato de que nem todos aqueles que formam um partido necessariamente se organizam em grupos. Uma legenda pode abrigar várias tendências sem que, com isso, todos os seus militantes estejam articulados em torno das correntes que existem em sua estrutura. Um partido pode ser formado não apenas por subunidades partidárias, mas também por militantes que simplesmente se identificam com sua linha política e por lideranças que conseguem reunir à sua volta apoio suficiente para formar um grupo de influência, ainda que distante de poder ser classificado como uma subunidade. A força política dos militantes independentes, das tendências e dos grupos criados em torno de lideranças partidárias varia de uma determinada legenda para outra conforme sua origem

e desenvolvimento, podendo mudar, inclusive, dentro do próprio partido, segundo os diferentes arranjos internos e externos.

Em terceiro lugar, as tendências quase sempre fazem uso de determinadas estratégias para se sobrepor politicamente aos demais setores e correntes do partido. Em qualquer legenda minimamente democrática existe aquilo que Angelo Panebianco chamou de zonas de incerteza: fatores cujo controle por parte dos dirigentes partidários lhes permitem desequilibrar a seu favor as disputas internas pelo poder. Como exemplos de zonas de incerteza, podemos destacar a competência, a relação com o ambiente interno e externo, a comunicação partidária, as regras formais, os financiamentos e o recrutamento partidário². Num partido dividido em correntes, a tendência é que essas zonas de incerteza estejam distribuídas entre as diversas subunidades partidárias, enfraquecendo a influência de determinados setores.

Por outro lado, pode existir dentro dos partidos uma articulação suficientemente ampla composta por militantes independentes, por grupos formados em torno de lideranças partidárias e por correntes do partido. São as chamadas coalizões dominantes, que, em virtude do controle sobre zonas de incertezas consideradas vitais, são verdadeiros centros de “distribuição dos incentivos organizativos no interior do partido” (PANEBIANCO, 2005). A formação dessa maioria e sua estabilidade dentro do partido dependem da forma como o controle sobre determinados recursos lhe permite se sobrepor às minorias, seja pela força ou pelo consenso. Em determinados contextos, quando a ação das minorias partidárias revela a incapacidade de a coalizão dominante continuar controlando sozinha zonas de incerteza tidas como vitais, essa maioria pode vir a se desagregar ou mesmo a se dissolver, em razão das divergências entre os próprios grupos que a compõem.

O quarto e último aspecto a ser destacado se refere à anatomia das subunidades partidárias. Nos extremos, as tendências podem ser totalmente independentes ou ter uma autonomia mínima frente ao partido, ajudando a definir melhor o objeto com o qual estamos lidando: se uma legenda forte, cujas subunidades encontram-se efetivamente abaixo do partido e que, pelo respeito às decisões internas, contribuem pouco ou quase nada para o surgimento de rachas; ou se um partido fraco, cujas correntes se sobrepõem à

² Para uma análise detalhada de cada exemplo, ver Panebianco (2005:65-70).

unidade partidária, operando uma “rede de lealdades própria” (SARTORI, 1982) e mantendo sempre ativa a possibilidade de cisões.

Ainda sob o ponto de vista organizacional, as correntes podem ser nacionalmente estruturadas, com uma presença vertical dentro do partido, participando de várias de suas instâncias, ou geograficamente concentradas, atuando apenas em algumas cidades ou estados e sem presença marcante na legenda. Poderíamos acrescentar também uma variável social, isso é: uma taxonomia baseada na análise dos grupos ou dos militantes fundadores de uma determinada corrente. Nesse caso, a subunidade partidária poderia ser classificada, por exemplo, como uma tendência de origem fundamentalmente estudantil, operária ou parlamentar.

Quanto à sua dimensão motivacional, as correntes podem se distinguir entre tendências de interesse e de princípios. Para as primeiras, o objetivo principal de sua existência é a obtenção de vantagens para os grupos ou militantes que lhe dão sustentação, como cargos na hierarquia partidária ou poder dentro da legenda. Já no caso das correntes de princípios, suas ações não se orientam pelo interesse material ou simbólico, mas, sim, pelas idéias que defendem. Essa distinção levou Sartori a afirmar que “enquanto as facções de interesse são motivadas pelas recompensas concretas e imediatas, as frações de princípio são, acima de tudo, *grupos promocionais*” (SARTORI, 1982, grifo do original).

Contudo, nem sempre é possível separar com clareza os dois tipos de subunidade partidária. Em alguns casos, tanto interesses quanto princípios norteiam as atividades das tendências. Para implementar suas propostas, fundamentadas em princípios ideológicos, uma corrente pode, por exemplo, definir que a melhor estratégia seja alcançar cargos na hierarquia partidária. Seu objetivo imediato, portanto, será a obtenção de vantagens que lhe permitirão, mais à frente, lutar pela realização de seus projetos políticos, de suas idéias. A questão principal, no caso, é saber quais serão as consequências desse tipo de estratégia para o desenvolvimento da própria corrente.

As tendências podem ainda se diferenciar por sua estabilidade ao longo do tempo e por seus referenciais teóricos. Quanto maior for a estabilidade de uma corrente, mais duradoura ela será, ao passo que quanto menos estável ela for, mais rápido tenderá a desaparecer, seja por meio da fusão com outra subunidade partidária, da dissolução dentro da legenda ou mesmo da saída definitiva do partido, voluntária ou não. As tendências podem também

assumir diferentes esquemas de análise da realidade política, econômica e social, a partir dos quais formulam suas propostas, táticas e estratégias. Neste ponto, a distinção vale apenas para as correntes de princípios, uma vez que as de interesse não possuem, a rigor, nenhuma ideologia que norteia suas ações em busca de vantagens materiais e simbólicas. A estabilidade e os referenciais teóricos, somada às variáveis anteriores, garante às tendências uma imagem, um rótulo, com desdobramentos sobre a feição do próprio partido do qual fazem parte.

O que nos tem a dizer o exemplo petista a respeito das subunidades partidárias? Na impossibilidade de analisar toda a história do PT neste espaço, elegeremos o ano de 1987 como nossa data-limite. Desde então, não apenas as atividades das correntes petistas passaram a estar regulamentadas pela resolução aprovada no V Encontro Nacional do partido, realizado naquele ano, como também a crescente institucionalização do PT redirecionou a atuação de suas tendências. O momento que vai da fundação do Partido dos Trabalhadores, em 1980, ao seu V Encontro Nacional, constitui a fase que poderíamos qualificar como sendo de estruturação. Como se sabe, o PT abrigou, dentro do campo esquerdo, grupos bem diversos: sindicalistas, militantes católicos, intelectuais, segmentos da classe média e organizações de esquerda em geral – várias delas com atuação anterior ao próprio partido.

O radicalismo dessas organizações sempre foi uma das características do partido. Não por outro motivo, *Veja* identificou nesses grupos a suposta ameaça radical que o PT encarnava em 2002. Dentro da esquerda organizada do partido, as correntes trotskistas, em geral, sempre assumiram posições à esquerda. Embora houvesse mais de um agrupamento de viés trotskista dentro do PT, destacaremos aqui a trajetória da Democracia Socialista (DS) para responder à questão anunciada inicialmente. Trata-se da única organização trotskista a permanecer no partido desde a sua fundação. Se seu exemplo nos permite compreender um pouco mais da relação partido/corrente, por outro lado, o fato de continuar até hoje no PT é motivo de contestação de seu radicalismo por parte das outras tendências que saíram do partido³.

Uma das marcas da Democracia Socialista sempre foi sua atuação propositiva. O estudo detalhado de sua trajetória durante os anos 1980 revelou que boa parte de suas propostas foram incorporadas pelo PT, embora

³ Sobre a Democracia Socialista e as demais correntes trotskistas do PT, ver Angelo (2008).

a legenda não tenha se transformado no partido revolucionário defendido pela DS em virtude disso. O exemplo da Democracia Socialista evidencia que as tendências, longe de serem fator de divisão interna, podem assumir um papel importante para a estruturação dos partidos dos quais fazem parte. No caso da DS, sua contribuição nesse processo ocorreu em dois momentos distintos.

No primeiro, por intermédio do jornal de *Em Tempo* (editado pela organização), que apoiou a criação do PT e serviu como canal de discussão nos primeiros anos do partido, quando a imprensa partidária era bastante precária. No segundo momento, por meio da participação ativa da tendência no debate sobre a linha política partidária. Nessa perspectiva, a contribuição da DS foi importante por dois motivos principais: de um lado, porque acirrou a discussão interna sobre o tipo de partido que o PT deveria ser e sua função na conjuntura política da época; de outro, porque suas críticas à estrutura partidária, na medida em que evidenciaram ainda mais os problemas internos, chamaram a atenção para a necessidade de democratizar o partido, o que contribuiu para a regulamentação das tendências, em 1987.

Evidentemente, a contribuição da DS foi apenas parcial, no sentido de que o desenvolvimento do PT, tanto interno quanto externamente, foi resultado também da atuação das demais correntes petistas. De qualquer forma, com sua postura sempre conciliadora, apesar das críticas ao partido e à sua liderança, a Democracia Socialista foi uma das organizações que mais cresceu dentro do PT em seus primeiros anos, particularmente entre as trotskistas. Mesmo compartilhando uma visão comum em muitos pontos com a DS, as demais correntes trotskistas freqüentemente assumiram posições tidas como radical e paralelas às decisões internas, motivo pelo qual seus militantes foram por diversas vezes acusados de dupla militância e de vestir duas camisas – a do PT e da própria tendência.

Para encerrar, voltamos à questão apresentada no título: as correntes partidárias são fator de divisão? Como vimos, não há nada mais natural num partido político do que a formação de correntes internas. As subunidades partidárias podem ser bastante diferentes entre si, ainda que estejam dentro de um mesmo partido. O espaço dado a elas pode culminar em rachas, mas uma maior liberdade interna não pode ser considerada, de antemão, fator de divisão. Antes, constitui a oportunidade de confrontar projetos e estratégias diferentes dentro de uma mesma unidade. Assim, embora as tendências sejam conseqüência dos alinhamentos internos de um partido (podendo, assim, levar

a cisões), elas não são, por definição, sinônimo de divisão na legenda da qual fazem parte.

Referências

ANGELO, V. A. de. *A trajetória da Democracia Socialista: da fundação ao PT*. São Carlos: EdUFSCar/FAPESP, 2008.

_____. O PT visto de dentro: as correntes trotskistas. In: ANGELO, V. A. de; VILLA, M. A. *O Partido dos Trabalhadores e a política brasileira (1980-2006): uma história revisitada*. São Carlos: EdUFSCar/FAPESP, 2009.

PANEBIANCO, A. *Modelos de partido: organização e poder nos partidos políticos*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

SARTORI, G. *Partidos e sistemas partidários*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; Brasília: Editora da UnB, 1982.

VOTO EMOCIONAL É UM COMPORTAMENTO IRRACIONAL?

Is the Emotional Vote a Rational Behavior?

Jairo Pimentel Jr.
Universidade de São Paulo - USP
✉ jairo.pimentel@usp.br

“Futebol, política e religião não se discute”. Esse ditado popular é emblemático em assinalar do que se trata a política: a política é um assunto que envolve paixão, envolve raiva, envolve decepção, envolve pontos de vistas fortemente arraigados que não oferecem margens para que interlocutores possam deixar suas crenças de lado na assimilação de novas informações. O melhor time, a crença espiritual verdadeira e o candidato preferido são opiniões formadas em larga medida graças as emoções despertadas por experiências que afetam considerações sobre esses temas. Essa frase nos remete a idéia de que a neutralidade na discussão política é algo impossível, pois os vieses emocionais arraigados nos interlocutores não permitem se chegar a um consenso.

A despeito desse ditado popular ser verdadeiro ou uma falácia, não há dúvidas que a política envolva emoções e que isso se reflete nas escolhas que os eleitores fazem todas as vezes que vão para as urnas. Mas por que será que a ciência política brasileira não discute, ou discute tão pouco, o papel das emoções no comportamento eleitoral? Ainda mais em uma época onde as campanhas midiáticas dos candidatos enfocam tanto as emoções para persuadir os eleitores, por que ainda existe uma lacuna tão grande em estudos que busquem verificar como as emoções afetam a decisão do voto?

Dentre os fatores que explicam essa ausência de discussão sobre o tema no Brasil, dois se destacam: Primeiramente, tal como coloca Marcus (2003), existe na tradição do pensamento ocidental a crença de que as emoções são antagônicas à racionalidade. Trata-se, segundo esse autor, de uma tradição normativa que demoniza os impulsos emotivos e busca execrá-los do mundo político por conta de seu potencial destrutivo na tomada de decisões lúcidas, dada a crença em um papel depreciativo dos sentimentos na construção de decisões racionais dentro da esfera pública. Por conta dessa tradição do pensamento ocidental que coloca razão e emoção como elementos antitéticos, os trabalhos sobre comportamento eleitoral, tanto no Brasil quanto alhures, tem uma preocupação normativa maior em demonstrar que os eleitores são racionais, do que propriamente entender o papel das emoções.

Um segundo ponto para explicar a ausência de estudos sobre as emoções no comportamento eleitoral (que se complementa à primeira) é a hegemonia da teoria da escolha racional como *mainstream* da ciência política brasileira. A teoria da escolha racional encontrou um profícuo espaço dentro da ciência política. Em ampla medida ela tornou-se paradigmática na análise do comportamento de atores políticos tanto na arena decisória quanto na arena eleitoral. Tal proeminência é em longa medida decorrente do fato de que suas premissas, baseadas no conceito de maximização de utilidade, se adequem a praticamente todos os contextos, tendo em vista o contínuo processo de racionalização do mundo inerente à modernidade.

Apesar de algumas abordagens dessa teoria incorporarem as emoções nos modelos de explicação do comportamento humano (ELSTER, 1996; SIMON, 1985), a teoria da escolha racional ignora completamente o papel das emoções na tomada de decisão do voto. Isso ocorre por que ela considera a emoção como um elemento residual na tomada de decisão, tendo em vista o pressuposto de que, ao votarem, os eleitores tem a motivação de fazer sempre decisões que os beneficiem, utilizando os melhores meios para que isso ocorra (DOWNS, 1957). Nessa perspectiva, entender que os eleitores agem racionalmente no voto, maximizando suas respectivas funções de utilidade, seria uma forma de defender a efetividade da democracia em detrimento de comportamentos erráticos baseados nas emoções. A preeminência desse tipo de perspectiva na ciência política brasileira contribui para que as emoções não entrem no debate sobre o comportamento eleitoral, permanecendo latente a idéia de que a verificação da racionalidade eleitoral é

suficiente para demonstrar a pouca importância das emoções na determinação do voto.

A Psicologia Política e as Emoções

Não obstante essa depreciação dos sentimentos na tradição do pensamento ocidental, uma nova vertente de estudos da psicologia política¹, influenciadas principalmente por desenvolvimentos recentes da neurociência, vem tratando de analisar de maneira mais parcimoniosa o impacto das emoções dentro do processo de tomada de decisão. Tal literatura está particularmente interessada em entender como as emoções estão entrelaçadas com aspectos cognitivos e, nesse sentido, compreender de que forma a convergência entre esses dois elementos produz comportamentos políticos.

Tal como aponta o neurocientista Antonio Damásio (1996) razão e emoção encontram-se de tal forma interligados, que ausência de componentes neurológicos (seja por má formação congênita, ou mesmo por lesões cerebrais) ligados à emoção pode afetar drasticamente a tomada de decisão racional e o comportamento social, mesmo em pessoas altamente sofisticadas. Ele demonstra que o pensamento frio (ou seja, aquele que se encontra ausente de emoções) não leva necessariamente a tomadas de decisões corretas do ponto de vista racional, pelo contrário, a razão precisa da emoção para que haja respostas efetivamente mais corretas.

Dentro dos estudos sobre o comportamento eleitoral, o modelo que mais foi longe em analisar o papel das emoções no comportamento eleitoral foi a teoria de inteligência afetiva de Marcus, Mackuen and Neuman (2000). Seguindo abordagens da psicologia e neurociência, esses autores argumentam que as emoções seriam anteriores à cognição no processamento de informações, orientando comportamentos e/ou a necessidade de reflexão. Dois tipos de emoções operaram em paralelo para produzir avaliações emocionais: um sentimento de entusiasmo, que demonstraria que determinado comportamento está sendo executado com sucesso e que é compatível com determinado objetivo, e um sentimento de ansiedade

¹ A área de psicologia política não é compreendida com um campo unificado de pesquisa, mas sim como as várias teorias sobre os fenômenos políticos que possuem uma abordagem psicológica sobre eles. (SEARS, HUDDY & JERVIS, 2003).

sinalizaria que determinado comportamento já não é mais adequado para alcançar um fim, sendo necessário maior atenção consciente para definir o rumo da ação.

Por serem anteriores a cognição, esses dois sentimentos atuam de forma dinâmica facilitando o processamento de informações políticas. O sentimento de entusiasmo estimula os eleitores a participarem da campanha, em prestar mais atenção nas mensagens e debater mais sobre os candidatos. Eleitores entusiasmados possuem uma opinião mais firme sobre o candidato que os entusiasma, mas se o sentimento de ansiedade em relação a esse candidato aumenta, essa opinião firme passa a ser revisada e o eleitor precisa de novas informações para atualizar suas impressões. Os sentimentos portanto são ferramentas que auxiliam o engajamento comportamental e o aprendizado humano, sinalizando quando determinada ação pode ser feita de maneira irrefletida e quando é necessário haver maior atenção consciente para a tomada de decisão do voto.

Segundo esse modelo, dentre os fatores que engendram entusiasmo e ansiedade se encontra a avaliação do governo. O argumento é que o estado da economia é uma das variáveis que mais gera estes sentimentos no eleitorado. Dessa forma, situações em que a economia vai mal, onde existe grande desemprego, baixos salários e pouca atividade comercial, levam os eleitores a se tornarem mais ansiosos. Ao contrário, se existe prosperidade econômica, os empregos e salários aumentam, os eleitores tendem a ficar mais entusiasmados com os governantes e tendem a direcionar o voto a eles.

Esse aspecto do modelo de inteligência afetiva não traz nada de novo, dado que o modelo de voto retrospectivo da escolha racional já salienta isso com muito mais propriedade e simplicidade (DOWNS, 1957; FIORINA, 1981). Entretanto, a avaliação retrospectiva do modelo de inteligência afetiva constitui uma forma menos consciente de avaliação. São heurísticas afetivas despertadas sem que haja uma minuciosa procura de informações ou mesmo na ausência de memórias cognitivas que justifiquem essas avaliações.

Portanto, o que esse modelo argumenta que é a avaliação retrospectiva não é puramente racional. Eleitores não precisam estar conscientes das realizações do governo para compreenderem que a situação do país é melhor ou pior, e nem precisam saber verbalizar as razões disso. Esse comportamento pode se dar meramente por uma intuição afetiva, de modo que, se a situação vai bem, sentimentos de entusiasmo são engendrados,

enquanto que se a situação vai mal, o sentimento de ansiedade aumenta. Mais do que isso, esse modelo sugere que essa intuição dialoga com as considerações conscientes que os eleitores por ventura possam ter em relação à avaliação retrospectiva, tal como entendida pela teoria da escolha racional.

As pessoas podem fazer considerações independentemente de qualquer memória cognitiva sobre o assunto e mesmo assim tomar decisões que, do ponto de vista prático, são racionais. Isso por que as emoções podem atuar de forma racional independentemente de qualquer elemento cognitivo. Um exemplo de como as emoções atuam na avaliação retrospectiva independentemente de qualquer da mediação cognitiva pode ser encontrado em LeDoux (2001) sobre um caso clínico do começo do século XX. Dr. Claparede era médico de uma paciente que havia sofrido lesão cerebral e que, por conta disso, havia perdido a capacidade de criar novas memórias. Assim, todas as vezes que o Dr. Claparede entrava em contato com essa paciente ele precisava se apresentar novamente, dado que ela não guardava nenhuma memória anterior sobre ele. Entretanto, um dia Claparede buscou fazer algo novo e escondeu uma tachinha em sua mão. A paciente, como de costume, aceitou apertar a mão do doutor, porém, ao ser espetada pela tachinha, ela rapidamente soltou-a. Na vez seguinte que eles se encontraram, Claparede estendeu a mão para cumprimentá-la, ela ainda não reconhecia o doutor, mas recusou-se a apertar sua mão, mesmo não sabendo o porquê.

A paciente não tinha consciência de que havia sido espetada por uma tachinha no outro dia, mas, mesmo assim, algo a impedia de estender a mão. Por que isso? Tudo o que nos acontece é armazenado em nossa memória, mesmo que não consigamos recuperá-las em nossa consciência. Trata-se de um comportamento guiado por um aprendizado emocional evolutivamente dado. Para Marcus esse exemplo revela uma chave para o entendimento do cérebro humano: *“Nossa capacidade de relembrar observações em termos de conhecimento consciente [...] não é apenas o único, ou mesmo a primeiro, meio pelo qual aprendemos”* (MARCUS, MACKUEN AND NEUMAN, 2001: 30).

Isso nos remete a seguinte idéia: mesmo que o brasileiro tenha a chamada “memória curta”, isso não significa que ele não consiga tomar decisões racionais. O mesmo mecanismo evolutivo que nos permite sobreviver frente às adversidades naturais também oferece os parâmetros para a tomada de decisão de um voto racional. Mesmo que o eleitor não se lembre dos fatos correntes de determinado governo, mesmo que não saiba sobre o que foi realizado ou não realizado, e quais foram as promessas cumpridas e

não cumpridas, ele consegue saber em termos emocionais se esse governo foi punitivo ou recompensador. A tachinha que espeta a mão do eleitor brasileiro pode não ser sempre lembrada, mas se a tachinha causar dor, dificilmente esse eleitor voltará a estender essa mão novamente, e esse comportamento racional não necessariamente tem haver com os pressupostos assumidos pela teoria da escolha racional.

A importância das emoções nas campanhas.

Milhões de reais são gastos nas eleições para se fazer propagandas que emocionem os eleitores, para persuadí-los e motivá-los a votar em um candidato. Por que as campanhas investem uma quantidade enorme de recursos em elementos emocionais? Será mesmo que as emoções são um elemento residual para a tomada de decisão do voto? Pode até ser que esse seja um elemento de pouca relevância na tomada de decisão, mas somente essa importância dada as emoções pelo marketing político mereceria uma verificação empírica mais aprofundada em nosso contexto.

Um exemplo empírico que denota essa importância se encontra na campanha de Gilberto Kassab para a prefeitura de São Paulo em 2008. Sendo pouco conhecido da população e ainda sem uma imagem formada, Kassab chegou ao começo da campanha com 39% de ótimo e bom em sua avaliação de governo. Entretanto, no começo do segundo turno esse percentual passou para 61%². O que explica essa subida de Kassab? Em parte isso se deve a pouca informação existente em relação ao prefeito e suas realizações que foram preenchidas no decorrer da campanha. Mas em larga medida as pessoas só se mantiveram abertas a ouvir a campanha de Kassab por conta das emoções de entusiasmo que eram transmitidas em suas mensagens. Por ter mais tempo de TV e conseguir alcançar o eleitorado através da campanha, Kassab criou uma onda emocional favorável a sua candidatura.

Essa onda emocional não significa obrigatoriamente um voto irracional. O trabalho de Brader (2005), que busca verificar empiricamente o impacto das campanhas no comportamento eleitoral demonstra que comerciais com elementos emocionais positivos aumentam o interesse pela campanha, a

² Segundo pesquisa datafolha.

confiança nas instituições e a motivação para votar. Uma das conclusões mais interessantes a que esse autor chega é a de que, diferentemente do que prega o senso comum, eleitores mais sofisticados politicamente são os que mais são os mais influenciados pelos apelos emocionais dos comerciais.

A campanha de 2010 para presidente da república apresenta um cenário onde a campanha também terá um papel importante em motivar e persuadir eleitores. A candidata do presidente Lula, a ministra da Casa Civil Dilma Housseff, é pouco conhecida da população, e por isso aparece abaixo do candidato da oposição, o governador de São Paulo, José Serra, nas pesquisas de intenção de voto. Conta a favor de Dilma o fato de Lula ter hoje uma expressiva avaliação de governo de 70% de ótimo/bom³ e a figura carismática do presidente. Muito se tem discutido de que carisma de Lula é algo difícil de se transferir para a Dilma. De fato, isso é algo complicado de se afirmar. Mas a fala de um candidato carismático, que gera entusiasmo em uma grande parcela da população é mais ouvida. Da mesma forma, uma campanha que engaja emocionalmente os eleitores também possui maior internalização de suas mensagens. Portanto não é somente a mensagem que importa, mas se essa mensagem consegue alcançar os eleitores e ser internalizada por eles, e isso está intimamente relacionado com o engajamento emocional que essa mensagem está produzindo, gerando uma onda emocional favorável para que os eleitores se sintam estimulados a discutir, debater e a votar nesse candidato. A campanha de Dilma tem essa tarefa pela frente e o simples fato dos eleitores saberem que ela é candidata do governo Lula não é suficiente para motivar os eleitores, é preciso que isso seja feito de forma a entusiasamá-los, seja através do próprio Lula, ou através de uma campanha se oriente nesse sentido.

Em geral, essa nova literatura sobre o impacto das emoções aponta para o fato que o voto emocional não tem necessariamente um reflexo negativo. As emoções são mecanismos neutros do cérebro, que agem de acordo com a socialização e normatização das pessoas no ambiente social no decorrer da vida. O sentimento do que é certo ou errado, bom ou ruim é dado por nossa experiência e pelo contexto social, portanto, internalizar normativamente a cultura política democrática nas pessoas seja um caminho para que esses mecanismos emocionais sejam postos a serviço desse sistema de governo e não, para servir como ameaça para ele.

³ Segundo pesquisa CNT/Sensus de novembro de 2009.

Pensando nisso, não teríamos que rever o papel pernicioso de manipulação emocional imputado ao marketing político? Não seriam as emoções incitadas pelo marketing eleitoral um caminho para os eleitores refletirem melhor sobre o voto? Se as emoções dadas pela campanha oferecem maior motivação, interesse e confiança na democracia, não seriam as emoções importantes para o seu funcionamento? Segundo essa perspectiva, o que a democracia precisa para que haja maior interesse e participação não é a ausência de emoções, mas pelo contrário, ela precisa de um maior engajamento emocional dos eleitores. Obviamente essa é uma perspectiva que precisa ser comprovada por trabalhos empíricos, sendo necessário para isso que se deixe de lado essa visão antitética da relação entre razão e emoção.

Bibliografia

- BRADER, T. *Campaigning for hearts and minds*. Chicago: The University of Chicago Press, 2006.
- DAMÁSIO, A. *O Erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- DOWNS, A. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper, 1957.
- Elster, Jon. Rationality and the Emotions, *The Economic Journal*, 1996, 106 (438): 1386-1397.
- FIORINA, M. *Retrospective voting in American national elections*. New Haven : Yale University Press, 1981.
- LEDOUX, J (2001). *Cérebro Emocional: Os misteriosos alicerces da vida emocional*. Rio de Janeiro: Objetiva
- MARCUS, G. *The Psychology of Emotions and Politics*. in: D., Sears, D., Huddy, L. Jervis, R. *Oxford Handbook of Political Psychology*. Oxford: Oxford Univ. Press, 2003.
- _____. MacKuen, M. & Neuman, W. R. *Affective Intelligence and Political Judgment*. Chicago: University of Chicago Press, 2000.
- SEARS, D. Huddy, L & Jervis, R. *Oxford Handbook of Political Psychology*. Oxford: Oxford Univ. Press, 2003.
- SIMON, H. Human Nature in Politics: The Dialogue of Psychology with Political SCIENCE, *The American Political Science Review*, vol. 79, nº 3, 293-304, . 1985.

OPINIÃO PÚBLICA E INSTITUIÇÕES JUDICIAIS

Public Opinion and Legal Institutions

Eduardo Meira Zauli

Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG

✉ zauli@fafich.ufmg.br

O presidente do Supremo Tribunal Federal, ministro Gilmar Mendes, tem sido autor de declarações que colocam no centro do debate político nacional a relação entre o Poder Judiciário e a opinião pública. Criticado por muitos por recusar-se a ouvir certos clamores das ruas, o ministro é elogiado por aqueles que o vêem como um adversário da submissão do Poder Judiciário à opinião pública e um defensor da independência das instituições judiciais. Na famosa troca de farpas envolvendo o presidente do STF e o ministro Joaquim Barbosa, Gilmar Mendes foi exortado a sair às ruas para aferir o ânimo da opinião pública com relação a forma como o presidente do STF vem se comportando no exercício de suas atribuições.

É algo amplamente disseminado a preocupação, em sistemas políticos democráticos representativos, com a criação e efetividade de mecanismos institucionais de controle do exercício do poder decisório por parte de agentes públicos. Tal preocupação é algo que influencia as percepções da opinião pública acerca da e a própria dinâmica do funcionamento, particularmente, dos três ramos clássicos em que se divide o Estado constitucional moderno (Executivo, Legislativo e Judiciário).

No caso do Poder Judiciário percebe-se com muita clareza certas tensões decorrentes da convivência entre a exigência de sua legitimação democrática e o postulado canônico da independência dos juízes no exercício da prestação jurisdicional.

Com relação aos Poderes Executivo e Legislativo, a fonte de legitimação democrática em que se apóiam seus membros é a do procedimento eleitoral. Assim, direta ou indiretamente, chefes de Executivo e parlamentares são eleitos para o exercício de mandatos definidos (admitida ou não a reeleição e limitado ou não o número de reeleições) pelos cidadãos-eleitores.

No caso do Poder Judiciário, tem-se algo muito diverso. Com algumas poucas exceções, a mais notável encontrada no sistema de *common law* dos EUA, a regra tem sido o afastamento da eleição popular como método de escolha dos membros da magistratura, ainda que mesmo em países de *civil law* os Poderes Executivo e Legislativo tenham participação na definição, excluído o primeiro grau, da composição dos órgãos do Poder Judiciário.

Voltando ao teor de certas declarações de membros do STF, podem-se identificar posições antitéticas com relação ao estatuto da opinião pública e sua relevância para a instrução do processo de tomada de decisões no âmbito do Poder Judiciário. A exortação de Joaquim Barbosa para que Gilmar Mendes saísse às ruas para ouvir a opinião pública sugere uma proximidade com uma tradição liberal que, genericamente falando, aponta a opinião pública como elo entre a sociedade e o Estado; como instância mediadora que permite a discussão e controle dos atos de agentes públicos. Por sua vez em diversas oportunidades o ministro Gilmar Mendes vem manifestando suas reservas frente à opinião pública, declarando-se reiteradamente contra a prática de qualquer tipo de populismo judicial. Um exemplo: “Não se dá independência ao juiz para ele ficar consultando o sujeito da esquina. Vamos ouvir as ruas para saber o que o povo pensa sobre o STF conceder ou não *habeas corpus*? Ou os nossos ‘blogueiros’? A jurisdição constitucional, por definição, é contramajoritária. Ela só funciona por ser contramajoritária”.

Afastando-nos das palavras pronunciadas no calor de certos acontecimentos, ao que parece a defesa feita por Gilmar Mendes do caráter contramajoritário de certas decisões do STF na defesa de valores democráticos presentes no texto constitucional não implica no endosso a uma posição doutrinária refratária ao diálogo entre o Poder Judiciário e a sociedade civil. Ao contrário, o leitor, tradutor e seguidor de Peter Haberle vê numa interpretação constitucional republicana e democrática uma forma de se lidar com o déficit de legitimidade democrática da interpretação constitucional. Um outro exemplo: “Se vivemos num Estado de Direito, torna-se imperioso que a leitura da sua Constituição seja feita em voz alta e à luz do dia, no âmbito de

um processo verdadeiramente público e republicano, num diálogo jurídico do qual participem os diversos atores sociais – agentes políticos ou não -, porque, afinal, todos os membros da sociedade, e não apenas os dirigentes, fundamentam na Constituição os seus direitos e obrigações”.

Daí sua defesa da introdução e do aperfeiçoamento de mecanismos de abertura do processo constitucional através, por exemplo, da manifestação dos *amici curiae*, terceiros interessados que ao participarem do processo de interpretação constitucional contribuem para a procedimentalização da Jurisdição Constitucional.

ELEIÇÕES 2010: O QUE PODEMOS ESPERAR?

Elections of 2010: What Can We Expect?

João Francisco Meira

Diretor do Instituto Vox Populi

✉ jfmeira@voxpopuli.com.br

A equipe do **Em Debate** entrevistou o diretor e pesquisador do Instituto de Pesquisa Vox Populi, João Francisco Meira. Ele falou sobre as articulações dos partidos para a definição das chapas que disputarão o cargo, os prováveis temas de campanha e o papel desempenhado pela mídia.

Em Debate: Como o Sr. avalia a articulação das candidaturas e coligações para as eleições presidenciais de 2010?

Francisco Meira: Só consigo ver uma coligação concreta por enquanto, entre o PT e o PMDB. O que está conformando esta articulação é claramente o acesso ao horário gratuito de propaganda eleitoral (HGPE). Como a campanha presidencial é cada vez mais dependente do acesso ao tempo de televisão, esse recurso tem se tornado fundamental para os partidos, sendo o fator que orienta a aliança entre o PT e o PMDB.

Na oposição, ainda não há uma articulação concreta, o DEM está aguardando uma decisão do PSDB, que não conseguiu, até o momento, definir quem assumirá sua candidatura. A disputa está entre o Serra e o Aécio. Há um interesse na formação de uma chapa “puro-sangue” com os dois, mas ela não acrescentaria, a meu ver, intenção de votos para esses partidos que se apresentam como oposição. Não necessariamente o eleitor de Aécio votaria em Serra e vice-versa. Entre os dois, Aécio, apesar de não ser tão conhecido quanto o Serra, teria mais diálogo com os grupos que atualmente estão no governo (PT e PMDB), o que tornaria seu governo mais fácil que o de Serra.

ED: Como se articulará o debate e quais seriam os temas em destaque nas campanhas para a próxima disputa à presidência?

FM: Parece-me que esta eleição será amplamente retrospectiva e há uma grande concorrente a esse tipo de voto. Isso porque temos um presidente que detém um alto grau de popularidade e o eleitor está satisfeito com a situação da economia. Há um conjunto de elementos que mostra que a tendência à conservação do *status quo* é mais forte que a tendência à mudança. Se a discussão for realmente retrospectiva, ou seja, a partir da comparação dos 8 anos de governo Fernando Henrique Cardoso com os 8 anos de governo Lula, o eleitor tende a preferir a situação atual e a candidata do governo teria boas chances de vitória.

Por outro lado, essa não é a única possibilidade. Pode haver um debate sobre projetos de futuro, e então teríamos uma situação de concorrência mais paritária entre os candidatos, pois a oposição poderia adotar um discurso conciliatório. Enquanto Dilma proporia um futuro continuísta, defendendo as políticas do governo, outros candidatos poderiam adotar um discurso de manter o que está dando certo, mas, ao mesmo tempo, apresentando alternativas às questões que criticam no atual governo.

Os temas relevantes serão aqueles que preocupam principalmente as populações dos grandes centros urbanos. No que se refere à saúde pública, os problemas se relacionam à mudança no perfil da população brasileira. Atualmente, estamos passando por um momento de envelhecimento da população. Há cada vez mais idosos no país e, tradicionalmente, as políticas de saúde pública sempre foram orientadas para o tratamento de doenças típicas de uma população mais jovem. Portanto, a saúde deve ser repensada de forma a mudar a estrutura dos atuais centros de atendimento, pois poucos estão capacitados para o tratamento adequado de doenças mais específicas dos idosos.

Outro problema de Estado que parece não estar se resolvendo é o da segurança pública. Há uma relativa desordem na atuação das forças policiais, com a divisão do comando entre governos estaduais e federal. Além disso, nós temos problemas devido aos processos muito rápidos e desordenados de urbanização, que criaram zonas de ausência do Estado nas grandes cidades, em que o acesso às políticas públicas não se estendeu a todos os cidadãos. A justiça também não tem sido eficiente no cumprimento de seu papel, há uma lentidão nos processos que deve ser combatida. Tanto a segurança pública quanto a saúde devem ser temas fortes para o ano que vem.

Com relação à educação, houve certos avanços que o governo atual pode apresentar, mas ela ainda não foi consolidada, necessitando de um enfoque maior nos níveis de ensino médio e superior. Nesse sentido, há muita coisa para ser feita. Por fim, outro tema que tende a ser relevante para o debate político nestas eleições é o da geração de energia. As análises que têm sido feitas com relação à infra-estrutura energética do país indicam que estamos próximos de uma saturação da capacidade de oferta de energia. Enquanto isso, o consumo continua a aumentar, pois a economia está crescendo. Recentemente, tivemos o episódio do apagão, que demonstrou os problemas existentes na geração e distribuição de eletricidade. Assim, a necessidade de retomada dos investimentos em infra-estrutura deve ser um assunto presente no debate eleitoral.

A agenda, portanto, não seria muito diferente daquela que observamos nas eleições passadas. Resta saber se ela será debatida em termos retrospectivos ou se o foco será em projetos de futuro.

ED: E com relação às outras candidaturas, como a de Marina da Silva e de Ciro Gomes, o que elas podem representar?

FM: Não acredito que haverá uma terceira via. Penso que a cabeça do eleitor brasileiro ainda é binária, no sentido de identificar quem representa o governo e quem representa a oposição. A tendência, então, é de que ocorra uma polarização entre a candidata do governo, Dilma Rousseff e o candidato da oposição (Serra ou Aécio). Marina e Ciro não teriam muitas chances. Ciro é um candidato com uma personalidade forte e posições muito marcadas, além disso, não dispõe de uma estrutura muito competitiva. Marina está muito relacionada apenas à temática ambiental que, por enquanto, apesar de ser assimilada pelo eleitor brasileiro, não possui grande relevância na sociedade. É difícil que ela consiga emplacar seu discurso.

ED: Quanto à distribuição do eleitorado em termos espaciais? Haverá uma concentração regional da votação para presidente em 2010?

FM: Nessa fase de pré-campanha, a dimensão regional tem alguma influência, pois estão sendo definidas as alianças que darão apoio local para as candidaturas. Por enquanto ainda há certo peso nas regiões, por exemplo, o Ciro é forte no Ceará, o Serra, em São Paulo e o Aécio, em Minas. Na medida em que a campanha avançar, principalmente com o início da propaganda nacional, a tendência é que o âmbito regional perca importância. Claro que não completamente, pois as regiões têm características não-comunicacionais:

estruturais, sociais, etc. Mas a propaganda eleitoral dará visibilidade a questões mais amplas.

ED: Como a mídia pode influenciar nos temas de campanha?

FM: É uma interação complexa, pois há outros atores formadores de opinião, além dos meios de comunicação, envolvidos no processo. É claro que os veículos de comunicação possuem uma agenda própria, mas sua capacidade de pautar as campanhas é limitada. Até porque ela não é um bloco homogêneo, apresenta “fissuras”. Acredito mais no viés do que na agenda. Um determinado veículo pode ressaltar mais o tema de um candidato que lhe interessa. Além disso, a mídia também se orienta por outros interesses. Ela é sensível à pesquisa, à audiência, portanto, existem muitas variáveis que tornam a relação comunicacional complexa.

Há também, além da televisão, outras mídias muito relevantes: a internet, o rádio, o jornal escrito. E cada um fala mais especificamente a um tipo de público, um tipo de eleitor, sendo que o mesmo eleitor pode mudar de fonte quando quiser.

Roteiro: Leonardo da Silveira Ev

Entrevista: Aline Burni* e Leonardo Da Silveira Ev**

* Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG – vinculada ao projeto “Opinião Pública: Partidos Políticos e Comportamento Eleitoral” do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais – DCP/UFMG.

** Bolsista de Iniciação Científica do Conselho Nacional de Pesquisa – CNPq – vinculado ao projeto “Opinião Pública: Partidos Políticos e Comportamento Eleitoral” do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais – DCP/UFMG

SOBRE OS COLABORADORES DESTA EDIÇÃO

Eduardo Meira Zauli é Doutor em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente atua como professor do Departamento de Ciência Política da UFMG, é coordenador do Curso de Especialização em Políticas Públicas da UFMG e consultor científico na área de educação superior. Tem experiência na área de Ciência Política e Sociologia, com ênfase nos seguintes temas: políticas públicas, políticas sociais, teoria política e política brasileira.

Emerson Urizzi Cervi é Doutor em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ). Atualmente é professor adjunto do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e professor do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Além disso, faz parte do conselho editorial das revistas *Cadernos da Escola de Comunicação da Unibrasil* e *Revista Internacional de Folkcomunicação*. Suas principais áreas de atuação em pesquisa são: comunicação política, política pública, eleições, sistemas partidários, sistemas eleitorais e metodologia da pesquisa em ciências sociais. É membro e coordenador de grupos de pesquisa nas áreas de comunicação e política junto ao CNPq.

Jairo Tadeu Pimentel Junior é mestre em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP) e atualmente cursa o doutorado em Ciência Política na mesma universidade. Tem experiência na área de Ciência Política, com ênfase em Comportamento eleitoral, atuando principalmente na área de pesquisa eleitoral, psicologia política e estratégias de campanhas eleitorais.

João Francisco Meira possui mestrado em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais. É especialista em pesquisas eleitorais e de opinião pública e fundador (1984) e sócio-diretor da empresa de pesquisas Vox Populi. É consultor de campanhas eleitorais, empresas e instituições no Brasil, e diversos países da América do Sul, África e Europa. Foi professor na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e na Universidade de Negócios e Administração e atualmente cursa o doutorado em Ciência Política pela UFMG.

Mathieu Turgeon é Doutor em Ciência Política pela University of Texas at Austin. Foi professor assistente no departamento de Ciência Política da University of North Texas (EUA) e atualmente é professor adjunto do Instituto de Ciência Política (IPOL) da Universidade de Brasília. Tem experiência na área de Ciência Política, com ênfase em Comportamento Político e Eleitoral, Opinião Pública, Psicologia Política, Metodologia Quantitativa e Experimental e Política Comparada.

Vitor Amorim de Angelo é mestre e doutorando em Ciências Sociais pela

Universidade Federal de São Carlos, com estágio doutoral no Centre d'Histoire do Institut d'Études Politiques de Paris. Foi professor substituto do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia e colaborador do Portal UOL/Educação. Tem experiência nas áreas de História e Ciências Sociais, com ênfase na política brasileira contemporânea. Autor de "A trajetória da Democracia Socialista: da fundação ao PT" (EdUFSCar, 2008), "Luta armada no Brasil" (Claridade, 2009) e co-organizador do livro "O Partido dos Trabalhadores e a política brasileira (1980-2006): uma história revisitada" (EdUFSCar, 2009)