

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
MESTRADO EM CIÊNCIA POLÍTICA

Jaqueline Kleine Buckstegge

**A CONSTRUÇÃO DO VOTO: ANÁLISE DO PROCESSO DECISÓRIO NAS
ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, para obtenção do grau de Mestre em Ciência Política.

Orientador: Profº. Dr. Emerson Urizzi Cervi

CURITIBA

2016

Buckstegge, Jaqueline Kleine

**A construção do voto: análise do processo decisório nas eleições presidenciais de 2014 / Jaqueline Kleine Buckstegge. – Curitiba, 2016.
150 f.**

Orientador: Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi

**Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Setor de Ciências Humanas da
Universidade Federal do Paraná.**

1. Ciência política. 2. Eleições – Brasil. 3. Processo eleitoral. I. Título.

CDD 324.981



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS HUMANAS
Programa de Pós Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA
Código CAPES: 40001016061P2

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de JAQUELINE KLEINE BUCKSTEGGE, intitulada: "A CONSTRUÇÃO DO VOTO: ANÁLISE DO PROCESSO DECISÓRIO NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014", após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVADO.

Curitiba, 29 de Abril de 2016.


Prof EMERSON URIZZI CERVI (UFPR)
(Presidente da Banca Examinadora)

Prof D^o ACIR GONÇALVES DE QUADROS (UFPR)


Prof LUCIANA FERNANDES VEIGA (UFPR)



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS HUMANAS
Programa de Pós Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA
Código CAPES: 40001016061P2

ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM CIÊNCIA POLÍTICA

No dia vinte e nove de Abril de dois mil e dezesseis às 09:00 horas, na sala CPOP, General Carneiro, 460 - 9º andar - sala 908, do Setor de CIÊNCIAS HUMANAS da Universidade Federal do Paraná, foram instalados os trabalhos de arguição da mestranda **JAQUELINE KLEINE BUCKSTEGGE** para a Defesa Pública de sua Dissertação intitulada: "**A CONSTRUÇÃO DO VOTO: ANÁLISE DO PROCESSO DECISÓRIO NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014**". A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná, foi constituída pelos seguintes Professores Doutores: EMERSON URIZZI CERVI (UFPR), DOACIR GONÇALVES DE QUADROS (UNINTER), LUCIANA FERNANDES VEIGA (UFPR). Dando início à sessão, a presidência passou a palavra a discente, para que a mesma expusesse seu trabalho aos presentes. Em seguida, a presidência passou a palavra a cada um dos Examinadores, para suas respectivas arguições. A aluna respondeu a cada um dos arguidores. A presidência retomou a palavra para suas considerações finais e, depois, solicitou que os presentes e a mestranda deixassem a sala. A Banca Examinadora, então, reuniu-se sigilosamente e, após a discussão de suas avaliações, decidiu-se pela **APROVAÇÃO** da aluna. A mestranda foi convidada a ingressar novamente na sala, bem como os demais assistentes, após o que a presidência fez a leitura do Parecer da Banca Examinadora. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, EMERSON URIZZI CERVI, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos membros da Comissão Examinadora.

Curitiba, 29 de Abril de 2016.


Prof EMERSON URIZZI CERVI (UFPR)
(Presidente da Banca Examinadora)

Prof DOACIR GONÇALVES DE QUADROS (UFPR)


Prof LUCIANA FERNANDES VEIGA (UFPR)

DEDICATÓRIA

À família que o PPGCP-UFPR me proporcionou. Por todo amor, fraternidade e incentivo.
Sem vocês, os dias no nono andar não teriam sentido.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, esta pesquisa não existiria se não fosse por cada uma das pessoas que doaram seu tempo e suas opiniões para as questões propostas. Eles foram bondosos e dividiram comigo ao longo dos meses de acompanhamento um pouco de suas vidas e da forma como enxergam o mundo. Foram generosos em compartilhar inseguranças e fizeram com que eu amasse cada vez mais minha posição de pesquisadora. Todos vocês me fascinaram com suas histórias e posicionamentos, e tenho por vocês imensa admiração.

Aos orientadores que fizeram este trabalho possível. Muito obrigada à Professora Luciana Veiga que acreditou e me fez acreditar neste projeto. Todo o incentivo e direcionamento tornaram esta dissertação possível. Ao Professor Emerson Cervi, pela “adoção” e por todo o incentivo à produtividade, além dos comentários que fizeram deste trabalho algo melhor, muito obrigada. Por fim, à Patrícia Reis, pela ajuda na construção do instrumento, sua validação e, mais importante, por dividir comigo em intervalos de café toda a sabedoria de anos e anos de pesquisa social e de contato com o eleitor.

A todo o corpo docente, pelas lições aprendidas e pelo olhar científico, obrigada. Aos colegas do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política (PPGCP/UFPR) e aos membros do Núcleo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP/UFPR), obrigada pelos conselhos, ombros amigos e ouvidos nos momentos mais difíceis. Aos queridos membros da Pólis Empresa Jr. de Consultoria Política, obrigada pela confiança e todo sucesso do mundo a cada um de vocês.

Às irmãs e aos irmãos de coração que ganhei em Curitiba. Bruno, Dhyeisa, Ricardo e Thâmara. Por todas as histórias, pela paciência e pelo companheirismo, vocês têm em mim mais um membro de sua família, independentemente de onde estivermos neste país.

Aos meus pais, por sempre nos incentivarem a buscar excelência educacional, mesmo quando sua história pessoal não foi de tanto privilégio. Que nossas vitórias sejam parte de seu sucesso. À Anyéle, por continuar sendo uma segunda mãe, e por ter me dado o maior presente que já ganhei nessa vida, o pequeno Gabriel. À Gisele, por ser minha outra metade e minha estrela sorrindo no céu, e por ter sido meu ombro amigo nesses dois anos. Por ter feito eu voltar a acreditar em mim e por ter me apoiado quando eu não enxergava possibilidade. Anos passaram e, de alguma forma, você continua sendo a parte mais doce do meu coração.

Finalmente, ao Victor. Pelos quase seis anos. Por não desistir. Pelo amor cotidiano. E pela promessa de um futuro muito feliz.

EPÍGRAFE

*Os principais modelos explicativos do comportamento político concebem de maneira distinta a organização da vida social. [Porém] para cada modelo de explicação, **o homem é exatamente o mesmo.***

Marcus Figueiredo

RESUMO

A qualidade das democracias representativas, instituídas principalmente após a terceira onda de democratização, é vinculada diretamente ao exercício do direito ao voto e ao quanto seu resultado representa sociedade civil. O presente trabalho testa um modelo explicativo para compreender “processos decisórios eleitorais” como objeto de estudo, através de pressupostos de Lau e Redlawsk. É analisado um painel de entrevistas em profundidade realizadas com onze eleitores das cidades de Curitiba e Brasília durante as eleições presidenciais de 2014. A hipótese principal é a da predominância de padrões de processo decisório “intuitivo”, onde heurísticas e atalhos de julgamento e decisão predominam, em contraposição a um acúmulo informacional imparcial. Além da confirmação da hipótese apresentada, destaca-se a relevância da imagem dos candidatos, não só como forma de julgamento mas também enquanto estereótipo para justificar desinteresse político. Ainda, heurísticas de julgamento e edição tem destaque na forma como o eleitor constrói seu voto.

Palavras-Chave: processo decisório eleitoral; emoções; comportamento eleitoral; eleições presidenciais.

ABSTRACT

The quality of representative democracies, especially instituted after the third wave of democratization, is directly linked to the exercise of the right to vote and the true resemblance between representatives and civil society. This study tests a model for understanding "electoral decision-making" as an object of study, using Lau and Redlawsk assumptions. An in-depth interview panel is applied within eleven voters in the cities of Curitiba and Brasilia during the presidential elections of 2014 in Brazil. The main hypothesis is the predominance of "intuitive" decision-making patterns, where heuristics and cognitive shortcuts predominate as opposed to an impartial informational process. In addition to confirming the hypothesis presented, the study highlights the relevance of the candidate image, not only as a way of judgment but also as a stereotype to justify political disinterest. Furthermore, heuristics and emotion have great influence in how the voters constructed their choice.

Keywords: electoral decision-making; political emotions, electoral behavior, presidential elections

LISTA DE FIGURAS

Figura 2.1. Quadro Orientado por Processo para Analisar Decisão Eleitoral.....	26
Figura 3.1. Modelo Conceitual do Processo Decisório Eleitoral Brasileiro.....	56
Figura 4.1. Comparação de ponto de equilíbrio em estímulos emocionais.....	69
Figura 4.2. Evidência de decomposição em contexto emocional complexo.....	70
Figura 4.3. Exemplo de contraste de estímulos emocionais.....	71
Figura 4.4. Intensificação emocional ao longo do processo decisório eleitoral – ID08.....	71
Figura 4.5. Consistência na avaliação de candidato pela rejeição (ID06).....	73
Figura 4.6. Índícios de decomposição pelo aumento de tensão individual.....	75
Figura 4.7. Comportamento emocional quando da reconstrução de decisão.....	77
Figura 4.8. O vínculo emocional ao candidato.....	78
Figura 4.9. A aversão a todos os candidatos – ID03.....	80
Figura 4.10 – Dendograma de Similaridades de Codificação (Longitudinal).....	84

LISTA DE QUADROS

Quadro 2.1. Classificação de Sistemas de Memória – Descrição.....	29
Quadro 2.2. Quatro Modelos de Processo Decisório.....	32
Quadro 2.3. Características de diferentes regras/estratégias decisórias, controladas pelos modelos de processo decisório.....	34
Quadro 3.1. Índice de engajamento partidário.....	46
Quadro 3.2. Os Diferentes Tipos de Avaliação.....	52
Quadro 4.1. <i>Corpus</i> da Pesquisa do Processo Eleitoral Presidencial em 2014.....	60
Quadro 4.2. Evolução dos Coeficientes de Sørensen–Dice - Grupo A (Longitudinal).....	84
Quadro 4.3. Evolução dos Coeficientes de Sørensen–Dice - Grupo B (Longitudinal).....	85
Quadro 4.4. Cobertura percentual dos nós por entrevistado (Longitudinal).....	86
Quadro 4.5. Exemplos de mobilizações de variáveis de “natureza da decisão”....	87
Quadro 4.6. Exemplos de mobilizações de variáveis de “características cognitivas individuais”, “ferramentas de avaliação”.....	89
Quadro 4.7. Exemplos de mobilizações de variáveis de “características cognitivas individuais”, “ferramentas de escolha”.....	90
Quadro 4.8. Agrupamento de Entrevistados conforme Modelo de Processo Decisório.....	94

LISTA DE TABELAS

Tabela 3.1 – Evolução do perfil do eleitorado na América Latina (2006-2014) – Dados Agregados (%).....	46
Tabela 4.1 – Estatística Coeficientes Sørensen–Dice (Longitudinal).....	83

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 O PROCESSO DECISÓRIO ELEITORAL COMO OBJETO DE ESTUDO	19
2.1 O PROCESSO DECISÓRIO HUMANO	22
2.2 O PROCESSO DECISÓRIO ELEITORAL: O MODELO DE LAU E REDLAWSK.....	25
i. A Percepção da Natureza da Decisão.....	26
ii. Características cognitivas individuais	28
iii. Modelos e Estratégias Decisórios.....	31
2.2 EMOÇÃO ENQUANTO PARÂMETRO DE PROCESSO DECISÓRIO ELEITORAL	35
3 UM MODELO PARA A CONSTRUÇÃO DO VOTO PRESIDENCIAL NO COMPORTAMENTO ELEITORAL BRASILEIRO	40
3.1 A NATUREZA DA DECISÃO	41
i. Sofisticação Política	41
ii. Características do Eleitor	43
I. Redes Sociais.....	44
II. Sentimento Partidário	45
iii. Fatores da Campanha.....	47
I. Imagem dos Candidatos	47
3.2 CARACTERÍSTICAS COGNITIVAS INDIVIDUAIS	49
i. Ferramentas de Avaliação	49
I. Processos de Categorização	50
II. Heurísticas de Julgamento.....	50
ii. Ferramentas de Escolha	51
I. Decomposição e Edição	51
II. Heurísticas Eleitorais	53
3.3 CONCEITUALIZAÇÃO: DEFININDO O MODELO EXPLICATIVO DO PROCESSO DECISÓRIO ELEITORAL	55
4 O COMPORTAMENTO ELEITORAL EM 2014: ANÁLISE DE MODELOS DE PROCESSO DECISÓRIO NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL BRASILEIRA	58

4.1 PLANEJAMENTO, <i>CORPUS</i> E APLICAÇÃO DA PESQUISA.....	59
4.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA E ORIENTAÇÃO DE ANÁLISE	62
4.3 PONDERAÇÕES E LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS	64
4.4 O CONTEXTO EMOCIONAL DOS ELEITORES.....	67
i. Impressões Gerais	68
ii. Julgamento definido pela rejeição	72
iii. Tensão e preocupação e indícios de decomposição no processo decisório	74
iv. A reconstrução da decisão dos eleitores de Marina Silva	76
v. Dois casos isolados	77
4.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO E AGRUPAMENTO DO COMPORTAMENTO DOS ELEITORES	81
i. Análise geral de associação entre indivíduos.....	83
ii. Relação entre avaliação emocional e racionalização	91
iii. Possibilidade de agrupamento longitudinal por mobilização de variáveis no processo decisório eleitoral.....	93
iv. Considerações Finais.....	95
5 CONCLUSÃO	96
REFERÊNCIAS	99
ANEXO 1	107
ANEXO 2.....	117
ANEXO 3.....	118
ANEXO 4.....	121
ANEXO 5.....	128
ANEXO 6.....	129
ANEXO 7	131

1 INTRODUÇÃO

Os estudos eleitorais são destaque na Ciência Política, principalmente a partir da tradição americana, desde meados do século XX. O foco majoritário das pesquisas é compreender como os diferentes elementos intrínsecos à vida do eleitor interagem com aqueles que emergem periodicamente à época de eleições, resultando na decisão eleitoral. As diferentes correntes explicativas, a partir de seu individualismo metodológico, diferenciam-se pelo destaque de variáveis distintas na explicação do voto. O mesmo indivíduo é abordado em toda sua complexidade, no entanto, pesquisadores encontram elementos significativos distintos em sua explicação.

Especificamente na corrente psicológica de compreensão do voto, a evolução das abordagens de análise tem-se dado a partir da evolução da metodologia de pesquisa e da convergência com a neurociência. Dentre os estudos contemporâneos mais relevantes, Lau e Redlawsk tentam entender como o eleitor toma suas decisões, a partir da observação de como diferentes peças informacionais são selecionadas pelos indivíduos ao escolher a direção do voto.

Os autores criam um experimento, intitulado Modelo *John Q. Public* (JQP), no qual apresentam evidências, baseados em medidas de reação controladas temporalmente, de que os indivíduos tendem a demonstrar *hot-cognition*¹ a respeito de figuras, grupos e questões políticas, e que esses processos influenciam a identificação que os indivíduos têm intra e intergrupos. A partir das observações feitas em etapas qualitativa e experimental, os autores traçam quatro tipos de processo decisório eleitoral, baseados nas interações entre determinadas conceitos, que perpassam a natureza da decisão do indivíduo (sofisticação política, características do eleitor e fatores da campanha) e as características cognitivas individuais do eleitor (ferramentas de avaliação e ferramentas de escolha).

Com o intuito de testar as observações feitas por Lau e Redlawsk, agora de forma descritiva e não causal, o presente trabalho apresenta uma pesquisa que une duas dimensões, uma de mensuração emocional e outra de racionalização, para discriminar a evolução do processo decisório dos indivíduos observados ao longo de um painel de três ondas de entrevistas em profundidade. Inicialmente, utiliza-se a mensuração emocional de determinados elementos da eleição como parâmetro dos estímulos despertados pela

¹ A ideia de *hot cognition* é definida no *motivated reasoning* como aquele processamento de informações que é influenciado diretamente pelas emoções individuais. O *motivated reasoning*, por sua vez, é a teoria de Taber e Lodge (2013) que entende que a justificção que os eleitores utilizam, principalmente através das informações que selecionam para tomar decisões políticas, é enviesada pelo posicionamento prévio do próprio eleitor.

campanha, buscando compreender a utilização das variáveis propostas no modelo explicativo. Independente da forma como as diferentes teorias sobre a relação entre emoção e cognição na Psicologia Política tratam a primazia de um elemento em detrimento ao outro, todas as abordagens concordam que existe uma relação entre o contexto emocional individual e a forma como os eleitores formulam suas justificativas racionais. Portanto, emoção enquanto parâmetro não busca afirmar se é a informação que gera o sentimento, ou a relação inversa, mas se apropria de tal vínculo para compreender melhor a forma como os eleitores se comportam.

A pesquisa proposta foi realizada entre os meses de Julho e Outubro de 2015 através da aplicação de entrevistas com onze eleitores, residentes nas cidades de Brasília e Curitiba. Buscando responder a pergunta de “como estes eleitores escolhem seu candidato a presidente?”, o roteiro semi-estruturado testou o posicionamento a respeito de diversos aspectos da eleição, evidenciando a forma como os eleitores inclusos na amostra evoluíram em sua decisão eleitoral.

A pesquisa traz uma forma complementar àquelas quantitativas de compreensão do voto, principalmente pois a variável dependente analisada passa a ser todo o processo de decisão, e não apenas a direção do voto na eleição analisada. A importância de tal abordagem ocorre para evitar a normalização da metodologia e instrumentos utilizados para compreender o eleitor na realidade nacional. Sendo um estudo exploratório qualitativo, a presente pesquisa não tem como objetivo desvalidar quaisquer estudos já consolidados a respeito de eleições no Brasil, mas, pelo contrário, utiliza os achados destes estudos como forma de criar hipóteses e expectativas de comportamento dos eleitores.

A estrutura do trabalho desenrola-se da seguinte forma. O Capítulo 2 apresenta a teoria de modelos decisórios eleitorais de Lau e Redlawsk. Os autores, em *How Voters Decide*, distinguem quatro modelos distintos de escolha do voto para compreender melhor como o indivíduo processa informação durante campanhas eleitorais. No trabalho experimental percebem a confirmação do *motivated reasoning*, que enfatiza a busca e atenção por informações que reforcem posicionamentos prévios, sem abertura para mudanças de opinião. A apropriação do modelo proposto pelos autores é com objetivo de observar a presença dos tipos distintos de comportamento descritos a cada modelo de processo decisório, mediante o comportamento de variáveis envolvidas neste processo de decisão eleitoral.

O Capítulo 3 aprofunda melhor as variáveis propostas pelo modelo de Lau e Redlawsk, ilustrando a expectativa de comportamento no caso das eleições brasileiras. Tal ilustração é feita a partir do resgate de estudos, majoritariamente quantitativos, realizados para o comportamento eleitoral brasileiro desde 2002. Tal tarefa é simples na análise da

dimensão de “natureza da escolha” de Lau e Redlawsk, que envolve as variáveis sofisticação política, redes sociais, sentimento partidário e imagem dos candidatos. No entanto, na dimensão de “características cognitivas individuais” que trabalha basicamente com as capacidades e atributos de processamento informacional do indivíduo, quase não encontra na literatura nacional amparo. Esse *gap* ocorre não apenas pela novidade destes tipos de análises na Psicologia Política internacional, mas também pela dificuldade na realização de pesquisas experimentais que tragam resultados causais relevantes, frutos de altos custos e baixa interdisciplinaridade nos desenhos de pesquisa². A alternativa neste caso, foi a elaboração de cenários possíveis, a partir dos modelos de processo decisório elencados por Lau e Redlawsk.

Finalmente, o Capítulo 4 apresenta as estratégias metodológicas, desde a formulação da pesquisa até a análise dos dados. De maneira geral, a metodologia qualitativa foi selecionada pela necessidade descritiva do estudo exploratório e como forma de conseguir insumos para próximos trabalhos. Também são apresentados alguns problemas e questões metodológicas, como ressalvas para a análise dos dados. São observados inicialmente os cenários emocionais de cada indivíduo e depois, através de análise de conteúdo pelo software NVivo, as entrevistas em profundidade são analisadas considerando três tipos de manifestação nas justificativas verbais: a estimulada, a espontânea original e a espontânea contaminada. Esta distinção foi necessária pois vários estímulos, como fotos e vídeos dos candidatos, foram utilizados para aprofundar o posicionamento dos eleitores. Tal estratégia, ao mesmo tempo que auxiliou a forma como os indivíduos manifestaram-se a respeito de determinados elementos da campanha, também influenciou a forma como os entrevistados explicitaram suas opiniões.

No que diz respeito à análise dos contextos emocionais e sua relação com fluxo informacional, o trabalho consegue alguns indícios que conversam com as teorias de Inteligência Afetiva (MARCUS; NEUMAN; MACKUEN, 2000) e do *Motivated Reasoning* (TABER; LODGE, 2013), além de sinais que indicam a mobilização de conceitos do modelo de processo decisório eleitoral de Lau e Redlawsk (2006).

A análise de conteúdo das entrevistas propõe o agrupamento dos entrevistados acompanhados a partir de dendogramas que refletem a similaridade na codificação das respostas, utilizando as nove variáveis do modelo explicativo mobilizado (sofisticação política, redes sociais, sentimento partidário, imagem dos candidatos, heurísticas de julgamento, processos de categorização, decomposição, edição e heurísticas de julgamento). Com o contexto emocional como complementação, os entrevistados são reorganizados minimamente para abarcar as quatro categorias de processo decisório

² Existem algumas exceções a esta afirmação, como é o caso dos estudos de emoção de Lavareda (2009), que são próximas da neuropsicologia e utilizam experimentos estratégia metodológica.

eleitoral de Lau e Redlawsk. A análise não tem capacidade nem intenção de generalização, sendo apenas uma tentativa de teste dos pressupostos dos autores, e diz respeito apenas ao grupo de onze eleitores acompanhados em 2014. Ao final do painel, foram realizadas 33 (trinta e três) entrevistas, com 20 horas de transcrição, resultando em 165 interações de significado entre indivíduos, 1.075 codificações e 429 avaliações emocionais.

Conclui-se que, como a hipótese de trabalho esperava, a maioria dos entrevistados acompanhados utilizou o processo decisório eleitoral intuitivo, onde heurísticas são mobilização como forma de otimização de decisão pela economia de busca ativa por informação. Em relação à utilização de emoções como parâmetro de análise, percebeu-se grande dificuldade na vinculação de comportamento “emocionais” e “racionais” do eleitor, e o agrupamento dos mesmos foi feito a partir de uma ponderação entre os dois níveis de observação.

2 O PROCESSO DECISÓRIO ELEITORAL COMO OBJETO DE ESTUDO

O comportamento eleitoral como objeto de estudo fez parte da consolidação da Ciência Política enquanto área acadêmica própria. Principalmente através de três dos principais centros de pesquisa americanos (Columbia, Michigan e Chicago) e de seus trabalhos sobre eleições na década de 1950, diversas alternativas metodológicas e opções explicativas foram construídas e são replicadas até hoje em estudos políticos. Das formulações originais surgiram três ramificações teóricas, exaustivamente testadas ao longo do tempo: a corrente sociológica, a teoria psicológica e a corrente de escolha racional. Como destaca Figueiredo (2008), as três buscavam compreender o mesmo homem, a partir do individualismo metodológico como abordagem de pesquisa, mas mobilizaram variáveis distintas como predominantemente explicativas para o comportamento observado.

Encabeçada na Universidade de Columbia, principalmente pelos trabalhos *The people's choice* (1948), de Berelson, Lazarsfeld e Gaudet, e *Voting* (1954), de Berelson, Lazarsfeld e MacPhee, a corrente sociológica buscava relacionar o comportamento político dos eleitores a características sociais condicionadas ou agrupadas por elementos externos a ele. O método de pesquisa a nível individual resgatado pelos trabalhos da corrente foi e é replicado em praticamente todos os trabalhos de comportamento eleitoral até a atualidade. As dimensões explicativas da teoria sociológica abordavam elementos como a influência de classes sociais, da família, da mídia, de sua escolaridade, da religião, etc. Além de acreditar que formas sociais condicionam o voto, a teoria ainda entendia que "(...) indivíduos a quem corresponde aproximadamente a mesma predisposição política tendem a se unir socialmente, o que leva os grupos a uma uniformidade de ideias e comportamento político" (MARTINS JUNIOR, 2009, p. 71). O modelo explicativo trabalhava, portanto, através de uma retroalimentação entre dimensões dependente e independente. Atualmente, as variáveis explicativas dos modelos sociológicos giram, essencialmente, em torno do papel de redes sociais no constrangimento eleitoral, seja na participação ou direção do voto (MCCLURG, 2006). No Brasil³, o foco de trabalhos que se enquadram na linha teórica é na relação do voto com escolaridade (CARREIRÃO, 2004), com a produção midiática e o acesso a ela (BEZERRA; MUNDIM, 2011; MUNDIM, 2010), com religião (OLIVEIRA, 2012) e com as redes de socialização do eleitor (BELLO, 2015; RENNÓ, 2004).

³ Como revisão de trabalhos brasileiros que utilizam o "voto" como variável dependente, categorizados de forma específica e não apenas pelas correntes internacionais, cabe referência aos trabalhos de Radmann (2001) e Carreirão (2006).

Condicionamentos e restrições psicológicos individuais, ampliando a análise do comportamento eleitoral para além de apenas o resultado do voto, são incluídos pela Escola de Michigan na corrente psicológica. Nela, outras dimensões explicativas são problematizadas, como identidade partidária, personalidade, símbolos, emoções e processamento de informações. *The American Voter* (1960), de Campbell, Converse e Miller, e *The Nature of Belief Systems in Mass Publics* (1964), de Converse, são duas obras seminais na compreensão desta perspectiva.

Campbell e seu grupo de pesquisa apresentam, com *The American Voter*, a análise de cinco eleições americanas, dentre 1948 a 1958. Testando as linhas sociológica e psicológica, os autores chegam a conclusões que correlacionam identidade partidária, intermediada pela transmissão familiar de diretrizes, aos resultados eleitorais. Vários trabalhos ao longo das décadas que seguiram conversaram com *The American Voter*, sob perspectivas similares ou contrárias (LEWIS-BECK et al., 2008; MILLER; SHANKS, 1996). Converse em *The Nature of Belief Systems in Mass Publics* delimita construções cognitivas conceituadas como “sistema de crenças”. Este sistema é elaborado a partir da codificação de estímulos externos aos quais os indivíduos são expostos, condicionado pela relação de produção e recepção de conteúdo entre elite e massa. Para o autor, tais sistemas resultam na categorização ideológica do contexto eleitoral, resultando em diferentes níveis de sofisticação política individual, que dependem não apenas da capacidade de identificar o mundo em termos ideológicos mas também do auto posicionamento do eleitor.

Com a evolução das tecnologias de pesquisas e a intensificação da interdisciplinaridade com a psicologia e neurociência, a literatura internacional a partir da perspectiva psicológica avança em trabalhos experimentais sobre a relação de estímulos externos e desenvolvimento emocional (BRADER, 2005; CASSINO; LODGE, 2007; LADD; LENZ, 2011; MARCUS; MACKUEN; NEUMAN, 2011; MARCUS, 2000, 2002; NEUMAN et al., 2007, 2008; PARKER; ISBELL, 2010), e por pesquisas sobre as formas de processamento informacional do eleitor, condicionadas pelas limitações cognitivas inerentes ao indivíduo (BARTELS, 1996; HUANG, 2000; ISBELL; OTTATI; BURNS, 2006; POPKIN, 1995; REDLAWSK; CIVETTINI; LAU, 2007; REDLAWSK, 2006; TABER; LODGE, 2013; VALENTINO et al., 2008).

Os trabalhos nacionais que podem ser enquadrados como de explicação psicológica usualmente consideram as relações da escolha eleitoral com preferência partidária, seja por identidade ou proximidade pessoal (GUARNIERI, 2014; PAIVA; BRAGA; PIMENTEL JR., 2007; PAIVA; TAROUÇO, 2011; RIBEIRO; CARREIRÃO; BORBA, 2011; TERRON; SOARES, 2010), sofisticação política (BATISTA PEREIRA, 2013; CASTRO, 1994), a relação entre a direção do voto e emoções (LAVAREDA, 2011;

PIMENTEL JUNIOR, 2010), e as relações cognitivas de acesso e resgate informacional (FREITAS, 2011; FUKS; PEREIRA, 2011; RENNÓ, 2006, 2007).

Concomitantemente às duas primeiras correntes americanas, a teoria da escolha racional é transplantada nos anos 1950 para estudos eleitorais a partir da influência da tradição econômica da Escola de Chicago. A base para a perspectiva contemporânea da corrente e a sumarização de seus pressupostos no comportamento político foi reunida por Anthony Downs em *Uma Teoria Econômica de Democracia* (1957). O autor, partindo da democracia procedimentalista de Schumpeter (1942), compreende os eleitores como capazes de cálculos de utilidade na participação eleitoral e direcionamento do voto, garantindo-o como ferramenta democrática legítima. Em seu modelo Downs se apropria da variável “ideologia”, entendida por ele enquanto um atalho decisional que reduz os custos do voto para o eleitor.

O principal fenômeno analisado pela escolha racional internacional no comportamento político é a participação eleitoral, uma vez que o voto compulsório é um fenômeno ainda muito concentrado nos sistemas eleitorais latino-americanos (ALDRICH, 1993; BLAIS, 2000; FEDDERSEN, 2004). No entanto, quando da análise da direção do voto, a teoria racional consolidou estudos em *issue voting*, destacando a capacidade do eleitor em calcular as distâncias entre o posicionamento dos candidatos e seu próprio em relação aos principais pontos em voga na disputa eleitoral (FOURNIER et al., 2003; GOREN, 1997; LCHAT, 2011; MACDONALD; RABINOWITZ; LISTHAUG, 1995, 2007; NICHOLSON; PANTOJA; SEGURA, 2006; RABINOWITZ; MACDONALD, 1989), e ainda alguns estudos sobre o voto econômico, que trabalha na avaliação retrospectiva e prospectiva de mandatários tendo como condicionante a situação econômica individual percebida pelo eleitor (AIDT, 2000; ANDERSON, 2000; LEWIS-BECK; NADEAU, 2011; LEWIS-BECK; PALDAM, 2000; LEWIS-BECK; STEGMAIER, 2009).

Predominantemente em eleições presidenciais brasileiras, análises de escolha racional abordam como variáveis explicativas ideologia enquanto atalho para decisão (BORBA, 2005; CARREIRÃO, 2002, 2007; HOLZHACKER; BALBACHEVSKY, 2007), a avaliação governamental como forma de voto econômico (CARREIRÃO, 1999; PEIXOTO; RENNÓ, 2011; PEREIRA, 2014), com destaque para alguns estudos bem específicos sobre a influência de programas assistenciais e a decisão eleitoral (KERKAUY, 2011; LICIO; RENNÓ; CASTRO, 2009).

Fica claro a partir de tal revisão que o “voto” enquanto variável dependente é um elemento de grande consolidação na Ciência Política⁴. Com a evolução e acúmulo dos centros de pesquisa que se dedicam a estudos eleitorais, e a partir da interdisciplinaridade com a Psicologia e com a Economia, a Ciência Política começa a compreender o voto para além apenas de seus resultados, mas também enquanto um processo. O foco deste tipo de análise está na evolução do pensamento humano e nos elementos que, ao longo do processo, interferem e alteram os possíveis resultados.

As próximas sessões deste capítulo (i) apresentam o conceito de “processo decisório”, como tal foi importado e adaptado a partir da Psicologia Cognitiva, e (ii) introduzem o modelo criado por Lau e Redlawsk (2006), utilizado como inspiração para a construção da pesquisa empírica.

2.1 O PROCESSO DECISÓRIO HUMANO

Com etapas definidas principalmente pela psicologia, o processo decisório não se resume apenas ao resultado final observado, mas é composto de diversos elementos que devem ser delimitados antes de sua tradução para o contexto eleitoral. Hardman e Macchi destacam, como base inicial, a contraposição entre raciocínio, julgamento e o próprio processo decisório, como segue

Raciocínio está preocupado em fazer inferências, **julgamento** na formação de crenças a respeito da probabilidade de acontecimentos incertos e **tomada de decisão** é a escolha entre alternativas. Estes três aspectos da cognição são sobrepostos e interligados: nós podemos raciocinar ao tentar formar um julgamento, e nossos julgamentos podem informar nossa tomada de decisão (HARDMAN; MACCHI, 2003, p. xi, *tradução e grifo da autora*)

A partir de tal triangulação, Hastie destaca que, mesmo conectadas, não existe relação causal entre as três dimensões cognitivas. O autor ainda acrescenta os conceitos de resultado, consequência, incerteza e preferência para compreensão holística do comportamento individual. Resultados são aquelas situações descritíveis que ocorrem ao final de cada processo decisório; consequências são reações de avaliação subjetiva associadas a cada resultado; incerteza refere-se aos julgamentos do tomador de decisão em relação à propensão de ocorrência de cada evento possível; e preferências são

4 Cabe ressalva para outras ramificações nas análises contemporâneas de comportamento eleitoral, como é o caso da teoria institucional de escolha política, de Sniderman e Levendusky, que condiciona as decisões individuais a constrangimentos institucionais das regras do jogo (DALTON; KINGLEMANN, 2007).

expressões comportamentais de escolha (ou de sua intenção) de uma curso de ação em detrimento de outro (HASTIE, 2001, p. 657).

Seguindo estas delimitações, a tomada de decisão é, para Hastie, o processo de escolha de um curso de ação segundo as preferências do indivíduo. Enquanto isso, o julgamento representa componentes mais gerais da decisão, que preocupam-se em avaliar, estimar e inferir quais eventos ocorrerão, trabalhando com os cenários de incerteza e suas consequências de escolha.

No caso do processo decisório eleitoral, Lau destaca que decisões não representam literalmente resultados preferidos a partir da avaliação individual. Isso não ocorre obrigatoriamente uma vez que (i) nem sempre é possível ou necessário formular julgamentos, muito menos em cenários multidimensionais e complexos⁵, e (ii) mesmo quando tais julgamentos são formados, podem não ditar a escolha final do indivíduo (LAU, 2003, p. 21). É simples exemplificar que um indivíduo que não compreende bem as regras eleitorais não detém ferramentas necessárias para a tomada de decisões coerentes. No caso da elaboração ativa de julgamentos conscientes, o autor destaca que elementos externos ao próprio processo decisório "oficial" proposto pela lógica eleitoral podem restringir a tradução de julgamento em resultados, como, por exemplo, eleitores que votam por coerção familiar, apesar de deter preferências claras dentre candidatos.

De qualquer forma, mesmo que não condicionantes, os elementos envolvidos tanto na dimensão de raciocínio como no julgamento, que estão diretamente vinculados à estrutura de memória pessoal, influenciam a tomada de decisão e devem ser considerados em pesquisas científicas.

Os trabalhos iniciais que compreendiam o processo decisório como objeto de análise, advindos essencialmente da Economia e Matemática, tinham como característica essencial o isolamento do indivíduo e de suas formulações dos diversos contextos em que aqueles se encontravam e, desta forma, a supervalorização de suas habilidades de cálculos individuais. Segundo Plous, "(...) os primeiros modelos de tomada de decisão assumiam que as pessoas tinham um conjunto fixo de atitudes e preferências que não se alterava em função da forma como elas eram evocadas" (PLOUS, 1993, p. 79, *tradução da autora*). Os indivíduos, tidos como "agentes racionais", buscavam maximizar sua utilidade⁶ ou benefício próprio.

Como a referência inicial de construção de tal perspectiva, a teoria da utilidade esperada, trabalhada por Ludwig Neumann e Oskar Morgenstern em *Game Theory and*

⁵ A complexidade do cenário é proposta por Lau como uma relação entre o desconhecimento parcial ou total parcial das consequências das opções em julgamento ou pela própria incerteza a respeito da efetividade de tais consequências.

⁶ Utilidade, aqui, é considerada enquanto o conceito econômico atribuído à satisfação pelo consumo de bens ou serviços. Considera-se que os indivíduos possuem preferências distintas e, assim, atribuam diferentes utilidades para um determinado bem ou serviço.

Economic Behavior (1947), apresentava-se como uma teoria normativa do comportamento humano, sem objetivos de descrição empírica. A partir dos axiomas criados pelos autores, pesquisadores de comportamento puderam comparar suas previsões matemáticas feitas e achados empíricos. Basicamente, é possível resumir os postulados dos autores em seis elementos principais: (i) capacidade ordenar preferências em relação às opções disponíveis; (ii) adoção de estratégia de ação considerada como forte e com maior probabilidade de sucesso; (iii) a escolha entre duas alternativas é feita apenas com aquelas cujos resultados diferem, sendo que fatores comuns se cancelam; (iv) existe transitividade nas preferências, se o indivíduo prefere A em detrimento de B, e B em detrimento de C, então deve preferir A em relação a C; (v) o indivíduo racional deve sempre escolher "arriscar" na escolha de estratégia que dicotomize o melhor e o pior resultados do que acomodar-se por uma estratégia em que obtenha um resultado intermediário; e (vi) os tomadores de decisão racionais não podem ser influenciados pela forma como as alternativas são apresentadas. Segundo Neumann e Morgenstern, se tais axiomas são violados, não existe possibilidade de maximização a utilidade da decisão (PLOUS, 1993, p. 83).

Como forma de ampliar o conceito de utilidade esperada para ambientes de incerteza, *The Utility Analysis of Choices Involving Risk* (1948), de Milton Friedman e Leonard Savage, e *The Foundations of Statistics* (1954) de Savage popularizaram a *teoria de utilidade subjetivamente esperada*, que propõe que cada curso de ação deve ser avaliado através do peso de sua expectativa global de satisfação-insatisfação aliado à probabilidade de ocorrência mensuradas subjetivamente pelo indivíduo.

Posteriormente, com *Individual Choice Behavior* (1959), Duncan Luce propõe modelos estocásticos de escolha, que pressupõem preferências individuais probabilísticas, e não mais fixas como proposto pelas teorias prévias.

Como primeira grande teoria crítica ao modelo de utilidade de decisão, a Psicologia introduz a conceituação de racionalidade limitada (SIMON, 1972) problematizando a real capacidade de realizar cálculos isolados da singularidade dos indivíduos e inserindo alguns condicionantes baseados em descobertas neurológicas sobre o processamento informacional. Ocorre, nestes casos, a consideração de elementos deixados de lado pelos modelos econômicos de decisão, como os sistemas de memória e sua relação com estímulos externos, a formação e ativação de heurísticas cognitivas, o condicionamento emocional individual, entre outros fatores comuns nas diversas linhas de trabalho psicológicas.

A Ciência Política trabalha apropriando-se de ambas abordagens, de forma excludente, condicionada pela dimensão específica de cada decisão política, considerando os atores e instituições envolvidos.

Apesar de não considerar que o processo decisório eleitoral seja distinto de outros processos decisórios cotidianos do indivíduo, a não ser pelo acúmulo informacional no fluxo de produção e transmissão nos períodos de campanha, Lau compreende que dentro da esfera política exista a diferenciação entre as instâncias decisórias de elites políticas e cidadãos comuns (LAU, 2003, p. 20). Basicamente, o tipo de decisão e os níveis de expertise fazem com que os dois grupos necessitem de análises específicas. A próxima sessão apresenta o modelo original de Lau e Redlawsk para a compreensão do processo decisório eleitoral, apresentando alguns elementos de análise utilizados na pesquisa empírica apresentada pelo presente trabalho.

2.2 O PROCESSO DECISÓRIO ELEITORAL: O MODELO DE LAU E REDLAWSK

As análises de processo decisório na Ciência Política, considerando-o como variável dependente em modelos explicativos, ainda são muito escassas. Com exceção dos trabalhos sobre a formulação de políticas públicas e de alguns estudos eleitorais advindos da psicologia política, o foco da área tem sido nos resultados, dentro do conceito de Hastie, e não na relação raciocínio, julgamento e tomada de decisão. Neste contexto, Lau e Redlawsk, motivados pela compreensão de “como” o eleitor vota, buscam adaptações cognitivas que concedam capacidade decisória aos eleitores, mesmo que estes estejam sujeitos a contextos distintos daquele idealizado pelas teorias econômicas de processamento informacional ou pelas teorias psicológicas que pressupõe identificação a elementos políticos (como partidos) na construção de heurísticas eleitorais. A decisão tomada a partir de tal capacidade, definida como voto coerente⁷, é entendida como “(...) a mesma decisão que teria sido feita sob condições de informação total” (LAU; REDLAWSK, 1997, p. 586, *tradução da autora*). Em outras palavras, mesmo que o eleitor não tenha acesso a todas as informações disponíveis ou não tenha formulações políticas cognitivamente resgatáveis, ele ainda é capaz de tomar decisões coerentes conforme seu sistema de crenças. Após a delimitação de diferentes tipologias de processos decisórios eleitorais, os autores passam a analisar como o processamento de informações durante as campanhas auxilia o indivíduo nesta tomada de decisão.

Como forma de ilustrar os elementos que compõem o processo decisório eleitoral, os autores destacam um fluxograma, traduzido e adaptado pela Figura 2.1, que considera tanto os estímulos externos como aqueles estritamente individuais na formulação da decisão eleitoral.

⁷ Tradução do original “*correct voting*” (HA; LAU, 2015; LAU; ANDERSEN; REDLAWSK, 2008; LAU; REDLAWSK, 1997, 2006; LAU, 2013; LAU et al., 2014).

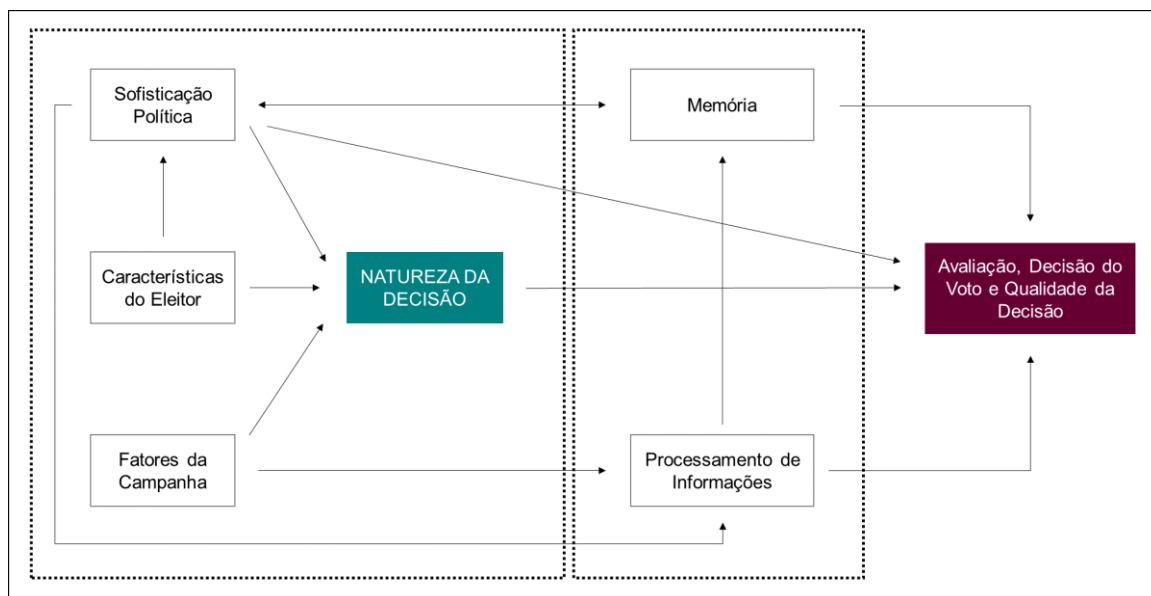


Figura 2.1. Quadro Orientado por Processo para Analisar Decisão Eleitoral
 FONTE: LAU; REDLAWSK (2006, p. 22, tradução da autora)

O modelo desenvolvido pelos autores, a partir de pesquisas experimentais com simulação eleitoral, foca no reconhecimento da mobilização e processamento informacional no decorrer da campanha. Como variáveis independentes primárias, o modelo destaca (i) o plano de fundo do eleitor, através de suas principais características pessoais, incluindo, por exemplo, sua identidade partidária, (ii) sua sofisticação política apresentada em mensuração prévia; (iii) os fatores de campanha, entendidos como as demandas da tarefa a ser realizada, resumindo a dificuldade da decisão. As três variáveis formam a dimensão que Lau e Redlawsk intitulam de “natureza da decisão”. O segundo nível do processo, mais vinculado a características cognitivas individuais e a inovação apresentada por seu modelo, é a relação entre (iv) a estrutura de memória individual, especificamente representada pelo papel da memória de curto prazo como condicionante do processamento informacional; e (v) o processamento de informação em si. A relação de tais variáveis é responsável tanto pela avaliação dos candidatos como pela decisão final do voto. A qualidade do voto mencionada na figura refere-se à coerência da decisão, conceituada previamente pelos autores.

i. A Percepção da Natureza da Decisão

Dimensão formada pelas características do eleitor, sua sofisticação política e os fatores da campanha, a natureza da decisão e sua percepção subjetiva condicionam o processamento de informação no processo decisório (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 37). Para os autores, é esta a dimensão que melhor explica a direção do voto, ou seja, o

candidato ou partido específicos escolhidos pelo eleitor. No entanto, elas não esgotam a pergunta de “como” a decisão foi tomada.

Primeiramente, as características do eleitor permeiam as tradições psicológica e sociológica de comportamento eleitoral, incluindo elementos como habilidade cognitiva, educação, gênero, etnia, identidade partidária e ideologia. Juntas, elas categorizam os eleitores e buscam como tal posicionamento modifica sua percepção a respeito da decisão a ser tomada e sua forma e atenção ao processo.

A segunda variável que compõe a dimensão, a sofisticação política, problematiza como os diferentes níveis de expertise, através de uma combinação entre inteligência e informação política acumulada, diferenciam o processamento de novas informações disponibilizada pela campanha eleitoral. A grande hipótese de comportamento da variável, baseada na literatura, é de que indivíduos mais sofisticados, devido a estruturas de memória próprias, são capazes de elaborar esquemas mentais⁸ que estruturam novas informações. Assim, tais eleitores são aptos a realizar inferências razoáveis sem necessitar de detalhes específicos e conseguem graduar a importância dos estímulos aos quais estão expostos. Isso faz com que indivíduos sofisticados politicamente não busquem a totalidade de informações disponíveis para o processo decisório, mas sim o conjunto necessário para um resultado ótimo (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 37).

Finalmente, os fatores de campanha inseridos na dimensão da natureza da decisão dizem respeito ao quanto a tomada de decisão exige do eleitor. A complexidade do cenário decisório usualmente tem uma relação inversa com a seleção de heurísticas complexas, ou seja, quanto mais difícil uma decisão, por exemplo com número muito grande de opções, mais os indivíduos recorrem a heurísticas simples no nível cognitivo do processo decisório. Outros elementos, como pressão por tempo reduzido para decisão ou similaridade dentre opções, também complexificam os cenários.

Para os autores, ainda sobre os fatores de campanha, o efeito dos modos de resposta⁹ perante alternativas também altera como indivíduos tomam decisões. Enquanto “modos de resposta” compreende-se as diferentes exigências que podem ser feitas ao longo do processo decisório, como escolher entre opções, a classificação das mesmas, ou quando é necessária uma avaliação específica para os casos disponíveis. Ao contrário do que entende a teoria racional, em diferentes modos de resposta, preferências podem ser apresentar-se distintamente. Por exemplo, quando é necessário formular avaliações sobre as opções, indivíduos tendem a pensar de forma mais quantitativa e baseados nas alternativas, enquanto que quando apenas precisam escolher dentre as opções, tendem a

⁸ Tradução do original “*schemas*”. O conceito de esquema nas estruturas de memória e nos processos cognitivos é melhor explorado nas próximas seções, mas cabe destacar que representa uma estrutura cognitiva de significados ponderados, construída subjetivamente com base em experiências prévias e informações acumuladas.

⁹ Tradução do original “*response modes*”.

orientar-se de forma mais focada em atributos, buscando resultados de forma mais qualitativa. Essencialmente, distinguem-se preferências condicionadas por necessidade ou não de julgamento prévio à tomada de decisão (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 39).

A combinação destes três fatores, características do eleitor, sofisticação política e fatores de campanha, resultam na natureza do voto.

ii. Características cognitivas individuais

Destacar a relação do recebimento, processamento e resgate de informações dentro do processo decisório eleitoral torna-se uma necessidade como ponto central na contraposição com a teoria da escolha racional. Lau e Redlawsk compreendem que a cognição humana possui limitações, principalmente devido às restrições computacionais de processamento informacional individual e, posteriormente, dos condicionamentos inerentes à estrutura de memória, que são responsáveis pela codificação daquilo que é recebido. Não suficientes tais empecilhos, o voto não se apresenta como uma prioridade para boa parte do eleitorado, o que torna sua decisão também superficial. A proposta dos autores busca refutar, dentro de tais afirmações, os modelos de decisão que atribuem ao processo decisório eleitoral uma mobilização complexa de novas informações, como é o caso da perspectiva economicista. Tal posicionamento ocorre uma vez que mesmo eleitores interessados não podem reunir todo o conteúdo necessário para realizar uma decisão completamente informada (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 23). Os autores ainda afirmam que, geralmente, eleitores muito interessados tendem a apresentar um comportamento definido por Taber e Lodge como “motivated reasoning”, fruto de forte identificação partidária ou com algum candidato. Tais indivíduos tendem a condicionar fortemente sua atenção para a retenção de novas informações especificamente para a justificação de posicionamentos prévios (TABER; LODGE, 2013).

O sistema humano responsável pelo recebimento e processamento informacional é a estrutura de memória. São várias as conceituações sobre tipificações de memória na Neurologia e Psicologia Cognitiva, mas simplificando para a tradução no processo decisório eleitoral, cabe a explicação do Quadro 2.1. Nele, Xavier (1993) apresenta uma “classificação alternativa”, triangulando as memórias de curto prazo, de longo prazo e memória operacional, e descrevendo suas ramificações.

Segundo o autor, o caminho “percorrido” pela informação em seu processamento segue os seguintes estágios (XAVIER, 1993, p. 95): primeiramente, qualquer estímulo externo seria assimilado e codificado por estruturas nervosas sensoriais. A informação, uma vez que codificada, é mantida através de processos de atenção na memória de curto prazo.

Quadro 2.1 Classificação de Sistemas de Memória – Descrição

CURTO PRAZO

Correspondente a um sistema que armazena informações por curto intervalo de tempo, cuja capacidade é limitada, sendo a informação mantida por processos de atenção e ensaio

OPERACIONAL

Um tipo de memória transitória que pode manter informações por períodos variáveis de tempo em função da utilidade da informação. Esse sistema tem acesso aos objetivos de processamento, planos de ação e é capaz de obter informações armazenadas no sistemas de curto e longo prazos.

EPISÓDICA

Para eventos e fatos experienciados em contexto espacial e temporal específicos, envolvendo informação autobiográfica

EXPLÍCITA

Usualmente caracterizada pelo acesso consciente ao conteúdo da informação (embora este não seja sempre o caso)

SEMÂNTICA

Para conhecimentos que independem do contexto, como conhecimentos gerais aritméticos, geográficos e históricos, e o significado de palavras e conceitos; neste último caso, depende da detecção dos elementos invariantes da situação, o que requer certa quantidade de repetições para a formação da síntese que expressa o conceito.

LONGO PRAZO**HABILIDADES E HÁBITOS**

Motores, perceptuais e cognitivos

IMPLÍCITA

Usualmente evidenciada através do desempenho e que corresponderia a alterações nos sistemas de processamento em função de sua utilização repetitiva. Esse processamento repetitivo resulta da automatização, tornando o posterior processamento independente de atenção. Depois de tornada automática, não há acesso consciente ao conteúdo d informação.

PRÉ-ATIVAÇÃO

Viés ou facilitação do desempenho em função da apresentação prévia do material de teste, evidenciado através da capacidade para completar uma palavra apresentada anteriormente, ou de reconhecer mais prontamente palavras e figuras anteriormente apresentadas por apenas alguns milissegundos

CONDICIONAMENTO

Expresso pela associação entre dois estímulos arbitrários em decorrência de sua apresentação pareada, fazendo com que a resposta inicialmente eliciada por apenas um dos estímulos passe a ser eliciada pelo outro.

Na memória operacional, o material é codificado novamente, em comunicação com a memória de longo prazo, de acordo com sua utilidade para o indivíduo. Uma vez considerada como relevante, a informação é consolidada pela memória explícita, através da reconstrução da experiência que gerou o estímulo inicial.

Memória, portanto, é o elemento do processo decisório que trabalha com o estímulo, processamento e resgate de informações e experiências, nem sempre conscientes no raciocínio, que geram resultados refletindo as preferências individuais.

Na decisão eleitoral, é considerando a interação entre as estruturas de memória que os limites cognitivos aparecem. Para Lau e Redlawsk, o eleitor consome muito tempo no processo de ativação da memória de curto prazo, codificação pela memória operacional e armazenamento na memória de longo prazo, além do tempo gasto posteriormente no resgate de tal informação. Isso, acrescido da baixa priorização dada à política pelos indivíduos, evidencia que esforços cognitivos intensos são pouco viáveis e até pouco prováveis na decisão eleitoral (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 24).

Para os autores, os indivíduos lidam de formas distintas com suas restrições cognitivas dependendo da necessidade de julgamento das opções ou apenas escolha dentre alternativas. No caso das avaliações, usualmente os indivíduos recorrem a heurísticas de julgamento, enquanto atalhos cognitivos que representam diretrizes para julgamentos ou inferências, exigindo menor mobilização informacional. A utilização das heurísticas depende essencialmente de três elementos: disponibilidade, representatividade e ancoragem, e ajuste¹⁰. Ainda, além de heurísticas de julgamento, processos de categorização ou agrupamento são também propriedades básicas na percepção de novos estímulos e são realizados, usualmente, a partir das próprias heurísticas (por esquemas e estereótipos).

No caso de decisões baseadas na escolha dentre opções, e não obrigatoriamente em julgamento prévio de alternativas, são três os elementos destacados por Lau e Redlawsk: decomposição, edição e heurísticas decisórias. A decomposição é onde o indivíduo isola etapas da decisão, facilitando sua compreensão e escolha onde, por exemplo, tem posicionamentos distintos a respeito de aparições em televisão, características pessoais ou programa de campanha. Na

¹⁰ Os autores definem os elementos como "(...) *disponibilidade* – frequência, probabilidade e causalidade do julgamento através das quais exemplos concretos são resgatados da memória, ou o quão fácil é gerar um cenário plausível; *representatividade* – designação de instâncias específicas a categorias mais gerais (estereótipos, esquemas) de acordo com quão bem a instância particular se adequa ou corresponde às propriedades essenciais de uma categoria ao invés de outra; e *ancoragem e ajuste* - formando uma resposta provisória e, em seguida, ajustando revisando dados relevantes" (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 26, tradução da autora)

edição¹¹, o eleitor descarta os elementos que considera irrelevantes ou que complexificam sua decisão, selecionando, por exemplo, um candidato por já conhecê-lo ou posição frente a um único *issue*, apenas por que não quer informar-se a respeito do contexto geral da campanha. Finalmente, as heurísticas decisórias são similares às utilizadas pelo indivíduo para a avaliação de alternativas no sentido em que são atalhos cognitivos para um resultado avaliativo específico. Para Lau e Redlawsk, são cinco as principais heurísticas decisórias no processo eleitoral, aprofundadas nas próximas seções: referência afetiva, ensossos, familiaridade, hábito e viabilidade¹².

A combinação entre heurísticas de julgamento e decisórias, categorização, decomposição e edição auxiliam, na visão dos autores, na superação da condição de “racionalidade limitada”, proposta por Simon (1972), no caso eleitoral.

iii. Modelos e Estratégias Decisórias

A partir da interação entre os elementos que compensam a racionalidade limitada do indivíduo e resgatando a literatura sobre comportamento eleitoral já consolidada, Lau e Redlawsk resumem os tipos de **processo decisório eleitoral** em quatro modelos distintos, compilados no Quadro 2.2, enquanto de escolha racional, confirmatório, rápido e econômico, e intuitivo. Os modelos são controlados por forma de procura de informação, método de processo decisório, motivações para escolha, e os recursos mobilizados para a tomada de decisão.

O (i) primeiro modelo, que representa a tradução feita pelos teóricos de comportamento eleitoral a partir das teorias de escolha racional, apresenta indivíduos capazes de recorrer a suas estruturas de memória ativamente, vinculando tais ativações ao processamento de alto fluxo informacional, motivados pela maximização da utilidade do voto pessoal e que tomam decisão a partir de avaliação retrospectiva, no caso de incumbentes, e de julgamentos prospectivos a partir dos *issues* traçados pela campanha.

¹¹ O recurso à avaliação do incumbente é considerado, neste caso, como uma forma de edição para escolha.

¹² Tradução do original, respectivamente, “*affect referral*”, “*endorsements*”, “*familiarity*”, “*habit*” e “*viability*” (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 28).

Quadro 2.2. Quatro Modelos de Processo Decisório

	Modelo 1 Imparcial	Modelo 2 Confirmatório	Modelo 3 Rápido e Econômico	Modelo 4 Intuitivo
Influência	Escolha Racional	Socialização precoce e consistência cognitiva		Racionalidade Limitada
Suposição a Respeito da Procura por Informações	Tomadores de decisão deveriam buscar ativamente o máximo de informações possível, sobre qualquer alternativa disponível (até o custo de informação adicional excede o benefício esperado)	A coleta de informações é basicamente passiva, exceto identificação partidária que deve ser buscada cedo. A maior parte da exposição à informação vem da mídia e é amplamente negligente. Percepção das mensagens midiáticas é enviesada em favor de predisposições aprendidas em estágios iniciais de socialização, e na medida em que a busca por informação é proposital, é também muito influenciada por tais predisposições precoces	Tomadores de decisão deveriam buscar ativamente apenas alguns atributos de julgamento com os quais realmente se importam ou que acreditam ser úteis para diagnóstico, e ignorar todo o resto	Pessoas somente buscam ativamente informações necessárias para a tomada de decisão (sendo que a profundidade da pesquisa depende da percepção de importância da decisão). Atalhos cognitivos e várias heurísticas decisórias são fortemente (e quase automaticamente) utilizados
Método de Processo Decisório	Consideração baseada em memória de forma explícita, consciente e cognitivamente difícil das consequências positivas e negativas associadas com cada alternativa	Avaliações baseadas em memória do que é conhecido (longo prazo) e do que foi aprendido recentemente (curto prazo) sobre as diferentes alternativas	Consideração explícita baseada em memória de uma ou duas consequências positivas e negativas associadas com cada alternativa	Métodos satisfatórios ou relacionados que visam formular uma decisão relativamente fácil ao restringir a procura por informação
Motivações para Escolha	Interesse próprio	Consistência cognitiva	Eficiência	Fazer a melhor escolha possível com o menor esforço; Evitando trocas de valores
Inputs eleitorais para Decisão	Principalmente através de julgamentos retrospectivos (p. ex. avaliação de performance) e prospectivos (p. ex. posição frente <i>issues</i>) a respeito dos candidatos	Primeiramente identificação partidária, mas também posição frente <i>issues</i> , avaliação econômica, percepções dos candidatos, e avaliação da performance do mandatário	Posicionamento do candidato perante alguns atributos considerados como importantes pelo eleitor (mas não limitado apenas a políticas públicas)	Atalhos cognitivo (estereótipos, esquemas, etc.) e outras heurísticas políticas

Fonte: LAU; REDLAWSK (2006, *tradução e adaptação da autora*)

Pela influência dos primeiros trabalhos da psicologia eleitoral, o (ii) modelo confirmatório confia à socialização individual o papel central para o processo de decisão eleitoral, onde a identidade partidária é a diretriz orientadora da direção de escolha entre candidatos, mas outras variáveis podem ajudar a compreender seu comportamento, como posicionamento específico em relação a algum *issue*. A informação é obtida de forma passiva, essencialmente através da produção midiática a respeito da campanha, sendo a atenção e respectivo processamento das informações obtidas enviados pelas preferências prévias do eleitor, garantindo o foco na consistência cognitiva pessoal.

O (iii) modelo rápido e econômico reflete um eleitor que busca eficiência através da retenção das informações essenciais para sua decisão, conforme prioridades subjetivas. O recurso avaliativo é acesso à memória para julgamento positivo/negativo de posicionamento, com base em experiências prévias.

O último modelo de processo decisório, entendido como (iv) intuitivo é mobilizado por indivíduos que se apoiam fortemente em atalhos e heurísticas cognitivas e buscam chegar a decisões com o menor esforço possível e, usualmente, sem empenho na reunião de informações necessárias para tanto.

A partir da determinação dos modelos de processo decisório eleitoral, Lau e Redlawsk discriminam suas ramificações em distintas estratégias de decisão, que definem como "(...) um conjunto de operações mentais e físicas que um indivíduo usa para chegar a uma decisão" (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 30, *tradução da autora*). As estratégias diferem, essencialmente, em quanto são cognitivamente difíceis de aplicar, quanto da informação disponível consideram, a ordem que a informação é considerada e na probabilidade de chegar a uma decisão ótima. O Quadro 2.3 apresenta os modelos de processo decisório conforme o controle de suas estratégias.

Na tipologia, estratégias compensatórias são consideradas aquelas nas quais os indivíduos lidam com conflitos entre preferências e a necessidade da escolha. Avaliações positivas ou negativas não são determinísticas, podendo ser relativizadas no cálculo final da escolha. Estratégias não-compensatórias, por outro lado, focam em cenários onde a informação não é acessada de forma integral. Avaliações negativas em elementos dentro destas estratégias tendem a eliminar a alternativa no processo decisório.

Quadro 2.3. Características de diferentes regras/estratégias decisórias, controladas pelos modelos de processo decisório

Processo Decisório	Tipo	Profundidade da Pesquisa	Comparabilidade da Pesquisa	Sequência da Pesquisa	Esforço Cognitivo
Modelo 1a*	Compensatório	Profunda	Igual	Baseada em candidato	Muito alto
Modelo 1b*	Compensatório	Profunda	Igual	Dimensional	Muito alto
Modelo 2	Misto	Relativamente profunda	Desigual	Provavelmente baseada em candidato, mas tanto faz	Moderado
Modelo 3	Compensatório	Relativamente superficial	Igual	Qualquer uma	Geralmente baixo
Modelo 4a*	Não-compensatório	Depende, mas tipicamente superficial	Geralmente desigual	Baseada em candidato	Moderadamente baixo
Modelo 4b*	Não-compensatório	Geralmente superficial	Geralmente desigual	Dimensional	Baixo

**Nota: O sufixo “a” refere-se a pesquisa orientada por candidato, enquanto o sufixo “b” refere-se a pesquisa dimensional ou focada em atributos.*

Fonte: Lau e Redlawsk (2006, p. 36, *tradução e adaptação da autora*)

Conseqüentemente, a relação entre modelo de processo decisório e estratégia influenciam a formas como os indivíduos priorizam a informação em seus julgamentos e escolhas. É possível discriminar tais diferenças observando: (i) a profundidade da pesquisa, constatando quanto da informação disponível é mobilizada antes da tomada de decisão; (ii) comparabilidade de pesquisa dentre as opções, que representa, de uma lado, a parcialidade individual na procura por informação e, de outro, a disponibilidade real de cenários comparativos em relação aos diferentes candidatos; e (iii) a sequência da pesquisa, que busca compreender se o eleitor pesquisa cada candidato integralmente por vez, ou se opta por comparar atributos específicos dentre os distintos candidatos, também chamada de sequência dimensional.

A partir das tipologias de estratégia decisória (compensatória, não-compensatória e mista), é possível entender melhor o conceito de *motivated reasoning* proposto pelos autores. Por exemplo, nos processos decisórios confirmatórios, onde a socialização prévia individual tem papel majoritário tanto na avaliação/julgamento como na escolha dentre opções eleitorais, ocorre um enviesamento desde a procura por informações ou até mesmo a atenção dispendida ao que o indivíduo é exposto. O mesmo pode ocorrer em modelos decisórios “rápido e econômico”, onde o eleitor baliza sua decisão por um único *issue* ou aspecto da eleição, e “intuitivo”, onde as heurísticas que condicionam julgamento e decisão criam uma sensação de

racionalidade no eleitor, mesmo sem o cenário informacional completo sendo processado.

Em trabalhos posteriores, Redlawsk e Lau iniciam a problematização de “emoção” como um fator essencial e um “filtro” para a mobilização de quaisquer variáveis no processo decisório eleitoral (REDLAWSK; CIVETTINI; LAU, 2007), ainda dando atenção especial para o processamento de informações. Neste caso, a análise de processamento de informações, tendo “emoções” enquanto filtro, tem um cunho metodológico quase que exclusivamente experimental. Portanto, o presente trabalho recorre a métricas emocionais ainda não como uma variável interveniente, mas como forma de identificar o posicionamento individual, até mesmo quando não explicitado pelo eleitor, em relação aos diferentes elementos eleitorais. A próxima sessão introduz as teorias emocionais que possibilitam a utilização da variável enquanto termômetro para o condicionamento do eleitor.

2.2 EMOÇÃO ENQUANTO PARÂMETRO DE PROCESSO DECISÓRIO ELEITORAL

A introdução de “emoção” no processo decisório eleitoral ocorre pois é possível, através de seu mapeamento, identificar princípios heurísticos não cognitivos que compreendem o enquadramento individual inicial realizado pelo acúmulo emocional retido na estrutura de memória de indivíduo. Ou seja, indivíduos criam “filtros emocionais” baseados em experiências prévias que condicionam seu processo decisório sem ações conscientes.

Para compreender as distintas formulações a respeito da relação cognição *versus* emoção, cabe a distinção de alguns conceitos, traduzidos da Psicologia. De forma abrangente, Winkielman [et al] definem os elementos estímulo, valência, humor, afeto e emoção¹³. Segundo os autores, (i) estímulo refere-se à ativação da dimensão emocional, dentre o intervalo de baixo e alto; (ii) valência concerne à dimensão de um determinado estado, variando entre positivo e negativo; (iii) humor é estado de baixa intensidade, difuso, e que dura relativamente bastante tempo, e que é diferenciado essencialmente pela valência (por exemplo, sentindo-se mal ou sentindo-se bem). Como distinção mais sutil, os autores destacam que

[iv] **Afeto** pode funcionar como um termo guarda-chuva para todos os estados, mas tipicamente refere-se a estados que são diferenciados primariamente por valência ou estímulo. [v] **Emoção** é também utilizado como um termo guarda-chuva, mas frequentemente refere-se a um estado intenso e relativamente breve com fenomenologia qualitativamente diferenciada (por exemplo, dentre estados negativos,

¹³ Tradução, respectivamente, dos originais “*arousal*”, “*valence*”, “*mood*”, “*affect*” e “*emotion*”.

um indivíduo pode diferenciar entre medo, raiva, tristeza e desgosto) (WINKIELMAN et al., 2007, p. 179, *grifo e tradução da autora*)

A relação de tais elementos com o processo decisório vai desde a percepção de um estímulo emocional até o comportamento em si.

O segundo ponto que cabe exploração nesta seção é a discussão acadêmica pela divergência na primazia/centralidade entre emoção e cognição entre Zajonc e Lazarus. Zajonc, com *Feeling and Thinking* (1980) e *On the Primacy of Affect* (1984), afirma que “(...) afeto e cognição são dois sistemas separados e parcialmente independentes e, mesmo que eles ordinariamente funcionem conjuntamente, afeto poderia ser gerado sem processo cognitivo prévio” (ZAJONC, 1984, p. 117, *tradução da autora*).

Para o autor, antes mesmo de elementos cognitivos serem ativados, o indivíduo filtra seu contexto através de acúmulo emocional programado através de sua socialização. O exemplo consolidado em sua obra é de que se um indivíduo encontra um urso em uma floresta, sua reação inicial é sentir medo e correr ou compreender a situação de perigo e racionalizar o desenvolvimento do sentimento? Para o autor, indivíduos sentem antes de entender o porquê.

Lazarus, em diálogo direto com Zajonc, escreve *Thoughts on the relation between emotion and cognition* (1982) e *On the primacy of cognition* (1984), posicionando-se junto às teorias de avaliação¹⁴. O autor deixa bem claro que

Atividade cognitiva é uma pré-condição necessária da emoção porque para experienciar uma emoção, pessoas devem compreender – mesmo que na forma de uma percepção avaliativa primitiva ou processo simbólico altamente diferenciado – que seu bem-estar está implicado em um transação, para melhor ou pior. Uma criatura que é absorta do significado de o que está acontecendo a seu bem-estar não reage com emoção (LAZARUS, 1984, p. 124, *tradução da autora*).

Tal debate teórico desenvolveu alguns modelos que dispõem diferenças nas relações entre emoção e cognição. O primeiro grupo abarca modelos associativos, e forma-se de modelos de memória semântica e modelos de ação. Os modelos de memória semântica propõem que estados afetivos estão vinculados a categorias cognitivas relacionadas dentro a rede de memória semântica, o que implica que a indução de um estado afetivo pode incitar categorias que guiam codificação, recuperação, e uso de informação no julgamento. Os modelos de ação focam no *priming* dentro uma rede percepção-ação, onde, por exemplo, a valência de estímulos impacta o comportamento motor.

¹⁴ Tradução do original “*appraisal theories*” (LEVENTHAL; SCHERER, 1987)

O segundo grupo são os modelos inferenciais. Eles enfatizam, ao contrário dos modelos associativos, o elemento da experiência de afeto percebida pelo indivíduo e permitem um uso mais estratégico e flexível do afeto em guiar julgamentos e decisões (WINKIELMAN et al., 2007, p. 180). Dentre os modelos inferenciais, existem os modelos de afeto-como-informação e regulação de afeto. O primeiro assume que o indivíduo faz uma auto-avaliação de seu estado afetivo momentâneo, uma vez que sujeito à julgamento e decisões, e utiliza tais sentimento em atalho para o processo decisório. Na regulação de afeto, o modelo pressupõe que os indivíduos fazem julgamentos e tomam decisões com objetivo de controlar suas emoções, seja através da restauração de emoção sentida previamente, atingir estado emocional que maximize algum tipo de performance ou transformar seu estado emocional em consistente com as demandas situacionais.

Na psicologia política, são três as principais abordagens a respeito de emoções¹⁵: a teoria de valência, a teoria discreta e a teoria dimensional. Inicialmente, acreditava-se que indivíduos avaliavam e codificavam emocionalmente suas experiências cotidianas de forma binária, simplificando percepções. Mesmo que tal perspectiva de valência seja muito disseminada e operacionalizada, principalmente termômetros emocionais¹⁶, a discussão sobre a adequação de tal redução semântica levou a evolução da teoria discreta. Para os autores adeptos a esta, não é possível resumir experiências emocionais a uma única dimensão, como gostar *versus* não-gostar. Os modelos discretos delimitam entre oito, dez, doze ou dezesseis emoções “básicas”, mas o pressuposto central para todas é que estados emocionais são mutuamente exclusivos (MARCUS, 2003, p. 191). Devido a algum insucesso analítico das duas abordagens, surge a teoria dimensional de emoções. Nela, identifica-se emoções baseado em seu posicionamento em um pequeno número de dimensões. Apesar de alguma controvérsia em relação ao número e a especificidade de tais dimensões, existem quatro praticamente consensuais: ativação, valência, potência e intensidade (LAUKKA; JUSLIN; BRESIN, 2005, p. 634). Na relação entre emoção e cognição, enquanto a teoria discreta acredita que a experiência emocional é condicionada pelo processamento cognitivo, a teoria dimensional, embasada principalmente por trabalhos da neurociência, assume que emoções surgem previamente à atividade cognitiva. Consequentemente, a abordagem discreta sugere que a emoção é gerada pela avaliação cognitiva de determinadas experiências, e a

¹⁵ Neuman [et al] elaboram um sumário que resume as principais teorias da interação afeto-cognição, reunindo conceitos centrais, referências bibliográficas na qual eles podem ser encontrados e sua breve definição (NEUMAN et al., 2007, p. 2).

¹⁶ Tradução do original “*feeling thermometers*”.

abordagem dimensional prevê que existem múltiplas fontes para expressão de emoção, o que gera as distintas dimensões propostas (MARCUS, 2003, p. 195).

Na análise de decisões eleitorais, a teoria sobre emoções mais bem explorada e replicada é, com certeza, a da Inteligência Afetiva de Marcus, Mackuen & Neuman (2000). Nela, considera-se a existência de dois sistemas pré-cognitivos e conectados na produção de significado individual, o de predisposição e o de vigilância, que são responsáveis pelo condicionamento de atitudes políticas, regulando sentimentos de entusiasmo e ansiedade, respectivamente. O sistema de predisposição habilita a performance de tarefas cotidianas, sem sua consideração consciente, uma vez que novas informações não apresentam-se como estímulo para o indivíduo. As principais emoções vinculadas ao sistema são entusiasmo e aversão, com função de recompensar ou punir ações, respectivamente. O sistema de vigilância é ativado quando algo inesperado pelo indivíduo ocorre, produzindo ansiedade, que conseqüentemente gera atenção, promovendo aprendizado (MARCUS; NEUMAN; MACKUEN, 2000 p. 9).

Posteriormente, outros autores testaram a teoria dos autores, seja através de sua aptidão analítica para a recepção do conteúdo produzido em campanhas eleitorais (BRADER, 2005), ou até mesmo para a compreensão das relações emocionais no comportamento eleitoral brasileiro (PIMENTEL JR., 2007).

O trabalho de Pimentel, especificamente sobre as eleições presidenciais brasileiras de 2006, encontrou que

(...) os sentimentos de entusiasmo estão correlacionados com a predisposição em votar em determinado candidato, enquanto a ansiedade afeta essa predisposição. Além disso, ficou demonstrado que os eleitores mais ansiosos possuem uma tendência em postergar a decisão eleitoral, refletindo melhor sobre sua predisposição em votar em dado candidato, e a mudar sua orientação de voto face a comportamentos reprováveis do governante, principalmente se acreditar que esse candidato à reeleição esteja desempenhando um bom governo (PIMENTEL JR., 2010, p. 540).

De forma geral, afeto influencia julgamento, processamento e procura informacional de formas distintas, dependendo do estado emocional específico do indivíduo e de seu ambiente (ISBELL; OTTATI; BURNS, 2006, p. 85). No teste que Lau, Redlawsk e Civettini (2007) fizeram da relação entre emoções e processo decisório, fica claro que situações de ansiedade, compreendidas previamente por Marcus, Neuman e Mackuen (2000) como cenário propício para aprendizado político, só focam o eleitor a assimilar informações e mobilizar avaliações positivas em relação a candidatos pré-selecionados. O julgamento e decisão, portanto, são também condicionados criando eleitores especializados em compensar positivamente suas opções prévias, sem abertura para avaliação do cenário completo.

Marcus destaca, como futuro das pesquisas sobre emoções na psicologia política, a intensificação da interdisciplinaridade com a neurociência, concedendo aos trabalhos inferências causais na relação cognição-afeto cognitivos-afetivos para os eleitores (MARCUS, 2003, p. 182). Estes esforços, no entanto, implicam em pesquisas com orçamentos muito elevados e de difícil aplicação¹⁷.

Mesmo considerando as teorias dimensionais de emoção como as mais adequadas para a compreensão da variável na realidade eleitoral, restrições metodológicas não permitem que o presente estudo verifique sua presença enquanto filtro para processos cognitivos. De qualquer forma, se as emoções estão são engatilhadas antes do processo cognitivo ou não, existe a vinculação entre o cenário emocional e a construção informacional. Sua mensuração, portanto, ajuda a compreender melhor como o eleitor percebe o contexto eleitoral. Portanto, emoções tornam-se, como aqui propostas, em um parâmetro para o comportamento das variáveis explicativas observadas.

O próximo capítulo apresenta a adaptação conceitual proposta pela pesquisa empírica para a análise do caso brasileiro. O foco da análise é na caracterização do comportamento eleitoral da amostra observada, condicionada pelos diferentes modelos de processo decisório e estratégias descritas¹⁸ por Lau e Redlawsk e revisados até aqui, e analisados utilizando o contexto emocional individual como interveniente à mobilização dos diversos recursos no processo eleitoral.

¹⁷ Para as eleições presidenciais brasileiras, apenas um trabalho é fruto de tal esforço acadêmico dentre áreas científicas, resultando na análise das eleições de 2010 (LAVAREDA, 2011).

¹⁸ Ao contrário do trabalho de Lau e Redlawsk, o foco da pesquisa será na caracterização do processo decisório eleitoral e não na compreensão da utilização de informação como elemento-chave do julgamento e escolha.

3 UM MODELO PARA A CONSTRUÇÃO DO VOTO PRESIDENCIAL NO COMPORTAMENTO ELEITORAL BRASILEIRO

Com o intuito de testar a presença dos modelos de processo decisório eleitoral de Lau e Redlawsk para a amostra observada nas eleições presidenciais brasileiras de 2014, algumas adequações no modelo explicativo precisam ser realizadas neste trabalho. Este capítulo apresenta tais adaptações, apropriando-se do resultado de pesquisas nacionais que ajudam a criar expectativas em relação ao comportamento das variáveis utilizadas. Como já apresentado no capítulo anterior, Lau e Redlawsk destacam dois principais níveis dentro do processo decisório eleitoral: a natureza da decisão e as características cognitivas individuais.

No que diz respeito a natureza da decisão, consideram-se conceitos principais a (i) sofisticação política do eleitor, suas (ii) características e os (iii) fatores de campanha. Para operacionalização do modelo proposto, as variáveis explicativas consideradas nesta dimensão são, respectivamente:

- (i) “Acesso à mídia” e seu resgate informacional e “interesse por política”;
- (ii) As “redes sociais” que o eleitor utiliza para obter informações políticas e até mesmo para delimitar a escolha de seu candidato ao longo da campanha; e o que delimita-se enquanto “sentimento partidário”, que abrange tanto identidade como rejeição partidária, focando principalmente nas avaliações em relação ao Partido dos Trabalhadores;
- (iii) E a “imagem dos candidatos”, como compreendida pelos eleitores.

Na dimensão de características cognitivas individuais, a partir da interação entre memória (curto e longo prazo) e processamento informacional (memória operacional) são considerados (iv) elementos de avaliação e (v) elementos de escolha dentre opções. As variáveis específicas delimitadas para estes conceitos são:

- (iv) “Heurísticas de julgamento” (representatividade, disponibilidade e ajuste e ancoragem) e “elementos de processos de categorização”;
- (v) No nível da escolha entre as opções, buscam-se indícios de “decomposição”, “edição” e “heurísticas decisórias” (referência ativa, endossos, familiaridade, hábito e viabilidade).

No modelo de Lau e Redlawsk a dimensão da “natureza da decisão” tem alguns elementos que ultrapassam apenas o nível individual, como o tipo de eleição (principalmente avaliando o número de candidatos e respectiva dificuldade de escolha)

e a análise da imagem dos candidatos, através da avaliação das campanhas eleitorais. Como o presente estudo é qualitativo e não faz uma simulação eleitoral que permitiria tal controle, estes elementos foram adaptados para o nível de individualismo metodológico. Portanto, por exemplo, a avaliação da imagem deixa de ser feita através de uma análise da campanha e passa a ser feita através da percepção que o indivíduo tem da imagem do candidato.

Como forma complementar ao conteúdo obtido com as entrevistas em profundidade, roteiros de mensuração emocional foram aplicados para que, mesmo que o eleitor não fosse capaz de verbalizar o porquê de suas impressões a respeito do cenário político eleitoral, ele pudesse recorrer a uma paleta ampla para demonstrar suas impressões gerais. As escalas emocionais foram construídas a partir da teoria dimensional de emoções, mas não tem o objetivo de compreender a relação de gênese entre cognição e emoção. Considera-se que, independentemente de qual elemento ocorre antes, emoção e cognição tem uma relação direta. A manifestação emocional, portanto, assume o papel de parâmetro de contexto para a complementação da análise de conteúdo das entrevistas.

As próximas sessões apresentam trabalhos orientadores para a análise das variáveis utilizadas no modelo explicativo proposto, a partir da adaptação feita de Lau e Redlawsk.

3.1 A NATUREZA DA DECISÃO

A “natureza da decisão” para Lau e Redlawsk envolve todos os elementos que são externos à recepção e ao processamento das informações disponíveis para julgamento e tomada de decisão. A dimensão é formada pelas variáveis já consolidadas nos estudos de comportamento eleitoral, englobando sofisticação política, característica pessoais do eleitor e fatores da campanha

A tradução proposta a seguir de tais elementos é feita para tornar possível a comparação com pesquisas nacionais e a transformação de variáveis macrossociais em perspectivas individuais.

i. Sofisticação Política

Sofisticação política é um conceito que vem sendo trabalhado em estudos eleitorais desde as primeiras pesquisas da Escola de Michigan na década de 1950, quando Converse pesquisa as limitações dos indivíduos em compreender política.

De uma forma geral, Luskin consolida, especificamente em *Explaining Political Sophistication* (1990), algumas dimensões do conceito, já mencionadas em um trabalho prévio (1987). A definição de Luskin afirma que “uma pessoa é politicamente sofisticada na medida em que suas cognições políticas são numerosas, cobrem uma área ampla, e são altamente organizadas ou restritas” (LUSKIN, 1990, p. 332, *tradução da autora*).

Luskin afirma que não é a sofisticação política que depende do interesse individual, mas sim o interesse deriva de maior sofisticação. Em uma equação adicional, para compreender melhor o interesse na política, o autor ainda acrescenta “interesse parental em política” e “idade”, e na análise aprofundada da relação com mídias de massa, “exposição a informações gerais nas mídias tradicionais”.

Para as eleições brasileiras, o primeiro estudo a utilizar sofisticação política como foco de análise foi a tese de Castro (1994). Composta por “interesse por política, envolvimento no processo eleitoral, exposição ao programa eleitoral gratuito na televisão e grau de informação a respeito dos candidatos e presidente” (RADMANN, 2001, p. 78), o conceito de sofisticação política seria o que mais se aproxima do comportamento do eleitor na visão de Castro. A autora descarta o conceito de “irracionalidade” na decisão eleitoral, incluindo uma análise macrossocial que entende a influência dos grupos sobre o indivíduo. Da mesma forma, a baixa sofisticação política que leva o eleitor a tomar decisões baseadas na imagem dos candidatos também não é não-razional, mas fruto de toda a estrutura eleitoral e de campanha das eleições brasileiras.

Radmann destaca que para Castro “(...) A partir de “uma racionalidade” própria os eleitores pouco informados utilizariam a ‘imagem’ vendida pelo candidato como recurso para decidir a direção do voto” (RADMANN, 2001, p. 80). A distinção, portanto, entre eleitores mais e menos sofisticados não estaria vinculada ao conceito de racionalidade, mas sim na capacidade de absorção, processamento e mobilização de informações políticas.

Um dos estudos mais recentes que analisam sofisticação política e comportamento eleitoral é de Pereira (2013), no qual o autor testa hipóteses da literatura a respeito do impacto da sofisticação política no voto através de um painel de pesquisa quantitativa. A conclusão do autor é de que

- 1) as opiniões dos cidadãos mais sofisticados tendem a ser mais ideologicamente articuladas do que as dos menos sofisticados; 2)

cidadãos mais sofisticados têm opiniões políticas mais estáveis ao longo do tempo; 3) cidadãos politicamente mais sofisticados adquirem mais informações do que os menos sofisticados ao longo do processo eleitoral, e; 4) os cidadãos mais sofisticados tendem a expressar mais opiniões do que os menos sofisticados. (PEREIRA, 2013, p. 313).

Para aliar ambos trabalhos, o conceito “sofisticação política” é transformado nas variáveis “conhecimento político”, “interesse político” e “acesso à mídia”, todas as três variáveis categóricas ordinais, com duas categorias: alto e baixo. A indexação das entrevistas a partir de tal determinação torna-se subjetiva, mas a manipulação dos dados exclusivamente pela autora aumenta a comparabilidade interna na pesquisa. Perguntas padrão de sofisticação política foram realizadas no início da primeira onda, conforme Pereira (2013), para balizar o ponto inicial de cada entrevistado, e tais resultados também são apresentados na análise dos dados.

A expectativa geral a partir dos resultados de Castro e Pereira é o enquadramento de indivíduos com alta sofisticação política dentro do processo decisório eleitoral “imparcial”. Na interação com a dimensão de “características cognitivas do eleitor”, espera-se o julgamento através de heurística de representatividade e decisão através de decomposição e heurísticas eleitorais de referência afetiva, elementos abordados nas próximas sessões.

ii. Características do Eleitor

No modelo de Lau e Redlawsk, as características do eleitor são exemplificadas através de identidade partidária resultado de processo de socialização. O conceito orienta à utilização das variáveis que classificam o eleitor na sociedade e que acabam influenciando o voto. Para o modelo explicativo do presente trabalho, propõe-se a utilização de redes sociais e de sentimento partidário.

Redes sociais são entendidas como essenciais porque além de refletir grupos de socialização prévia do eleitor, ele também inclui os grupos que não equivalem à realidade sócio demográfica dos indivíduos, como o ambiente de trabalho, que pode ser muito plural, mas que acabam fornecendo informação e gerando influência em processos de julgamento e decisão.

A terminologia “sentimento partidário” é utilizada para acomodar tanto a identificação como a rejeição partidária. Como a amostra é pequena e não-representativa e as eleições presidenciais sempre tendem à decisão bipartidária no

segundo turno, ambas as categorias foram mensuradas em relação ao Partido dos Trabalhadores.

I. Redes Sociais

Boa parte dos trabalhos da literatura internacional sobre o reflexo das relações pessoais na dimensão política é feito em termos de participação e não necessariamente no uso que os eleitores fazem dessas relações para seus julgamentos e decisões políticas. No entanto, redes em que trocas informacionais ocorrem reduzem o custo cognitivo do processo decisório. A influência das redes sociais para o processo decisório eleitoral é feita de forma muito focada, e exemplificada pelo trabalho de McClurg (2006).

Segundo o autor, caso redes sociais do indivíduo sejam sua base de julgamento e posicionamento político, o eleitor beneficia-se da presença de membros de alta sofisticação política como fonte de conhecimento (MCCLURG, 2006, p. 739). Ainda, redes sociais politicamente ativas tendem a incentivar seus participantes na criação de um senso de identidade coletiva em suas decisões políticas. Pressupõe-se, portanto, que grupos concisos que tenham membros altamente sofisticados geram mais influência sobre a decisão eleitoral individual do que aqueles de maior diversidade de opiniões. Vinculado aos pressupostos já explorados sobre reforço de opiniões prévias, espera-se que indivíduos que indiquem altos níveis de ansiedade ao longo de todo o processo decisório eleitoral tendam a fechar-se dentro de grupos mais concisos e menos politicamente diversos, o que também influencia a intensidade e tipo de informações às quais tem acesso.

No que diz respeito à relação com a sofisticação política individual, participantes de grupos ativos costumam não aprimorar seu conhecimento pessoal, balizando suas decisões nas opiniões consolidadas coletivamente. Suas decisões não podem ser comparadas, no entanto, a indivíduos com os mesmos níveis de sofisticação política e não inseridos em grupos em que trocas de informação sejam constantes.

O objetivo principal da análise de McClurg é demonstrar que grupos altamente sofisticados e que possuam divergências internas fornecem a seus participantes maior capacidade para processar informações de forma coerente, uma vez que possuem uma visão contextual mais ampla da realidade eleitoral. Esse tipo de rede reduz a ambiguidade na percepção individual da política (MCCLURG, 2006, p. 746).

Para as eleições brasileiras, a dissertação de Rennó busca compreender como as relações interpessoais e contextos sociais influenciam eleitores em ambientes eleitorais complexos (AEC)¹⁹.

Mais recentemente, o trabalho de Bello (2015) comprova que interações individuais auxiliam em uma escolha eleitoral mais consistente com o sistema de crenças individual (*ibid*, p. 79).

Partindo dos pressupostos de desigualdade informacional de Rennó, espera-se que as redes sociais direcionem o julgamento e decisão de voto para aqueles indivíduos de menor conhecimento político. Ainda, conforme McClurg, espera-se que indivíduos inseridos em grupos de alta sofisticação, dentro de sua perspectiva, não ampliem seu próprio conhecimento ao longo da eleição mas mantenham aqueles indivíduos como base para seus posicionamentos.

II. Sentimento Partidário

Uma das principais teorias contemporâneas internacionais a respeito da relação do comportamento eleitoral com o sistema partidário é o de Dalton, MacAllister e Wattenberg (DALTON; WATTENBERG, 2000). A partir da percepção de Dalton do enfraquecimento dos sistemas partidários, e conseqüentemente da identidade partidária individual, os autores destacam os efeitos no comportamento eleitoral. Primeiramente, é preciso destacar que

Partidarismo, ou sentimento de identidade partidária, fornece diretrizes para avaliação e interpretação de informação política; partidarismo provê orientação para realizar escolhas políticas e partidarismo estimula envolvimento nas instituições e processos da democracia representativa. (DALTON; WATTENBERG, 2000, p. 60)

Mesmo que campanhas específicas possam ativar algum sentimento partidário, os autores percebem um desalinhamento entre os indivíduos e o sistema partidário. Quando lealdade a algum partido existe, ela é mais fraca, fazendo com que cada vez mais a decisão eleitoral seja tomada a partir de *issues* das campanhas, da imagem dos próprios candidatos ou de avaliação governamental. Um novo perfil de eleitor surge, portanto, em sua relação com o sistema partidário. Adaptando trabalho de

¹⁹ “Por Ambientes Eleitorais Complexos (AEC) eu me refiro a um contexto em que pelo menos alguns dos seguintes elementos estão presentes: eleitores tem baixa identidade partidária, existe sistema multipartidário, mais de um cargo está em pleito por distrito eleitoral, e vários candidatos concorrem ao mesmo cargo” (RENNÓ, 2004, p. 14, *tradução nossa*)

Dalton, Gimenes (2015) destaca essas novas classificações de eleitor, listadas pelo Quadro 3.1.

	Simpatia partidária	
Mobilização Cognitiva	Sem identificação partidária	Com identificação partidária
Alta	Apartidários	Partidários cognitivos
Baixa	Independentes apolíticos	Partidários rituais

Quadro 3.1 – Índice de engajamento partidário

FONTE: Gimenes (2015)

Independentes apolíticos “(...) são eleitores que se apresentam menos preocupados com as questões políticas e com os candidatos, dentre os quais a previsibilidade do comparecimento e da escolha eleitoral são difíceis” (GIMENES, 2015, p. 11). Sem recursos cognitivos para tomada de decisão, eleitores partidários rituais são aqueles que se apoiam em sua identidade partidária como base de julgamento e decisão, sem outros recursos significativos. Partidários cognitivos também se baseiam em partidos políticos, mas com sistema de crenças coerente e alta mobilização cognitiva. Finalmente, eleitores apartidários tem alta capacidade cognitiva mas optam por não aproximar-se de nenhuma legenda.

Através de análise longitudinal, entre 2006 e 2014, Gimenes encontra evidência da predominância do perfil de “apolíticos independentes” na América Latina, como mostra a Tabela 3.1.

Tabela 3.1 – Evolução do perfil do eleitorado na América Latina (2006-2014)
– Dados Agregados (%)

Perfil	2006	2008	2010	2012	2014
Independentes apolíticos	56,6	59,7	56,2	57,6	55,7
Partidários rituais	27,0	25,3	26,0	25,1	25,6
Partidários cognitivos	9,3	8,3	9,1	8,9	10,6
Apartidários	7,2	6,7	8,7	8,4	8,1
Total	100,0	100,0	100,00	100,0	100,0

FONTE: Gimenes (2015)

Analisando as eleições presidenciais de 2010, Ribeiro, Carreirão e Borba buscam a relação de sentimentos partidários com atitudes políticas, de um lado, e comportamento eleitoral, de outro. No caso específico da decisão eleitoral, os autores afirmam que

(...) embora no Brasil não haja consenso sobre o papel dos partidos, os nossos resultados parecem indicar que eles representam um atalho informacional relevante para os eleitores, pelo menos nas

eleições presidenciais (RIBEIRO; CARREIRÃO; BORBA, 2011, p. 362)

No entanto, mesmo representando um atalho interessante para avaliação e tomada de decisão, estudos anteriores sobre a percepção que o eleitorado tem do sistema partidário apresentam problemas para tal utilização. Paiva, Braga e Pimentel (2007) encontram dificuldades por parte do eleitorado em diferenciar os partidos na análise das eleições presidenciais de 2002 e 2006. Segundo os autores, “(...) se o eleitorado não diferencia os partidos, torna-se difícil o estabelecimento de preferências partidárias minimamente consistentes para balizar a escolha eleitoral” (*ibid*, p. 405).

A expectativa para o comportamento dos eleitores acompanhados em 2014 não é diferente. Prevê-se que a maioria deles apresentará um perfil de baixo sofisticação política e sem proximidade a nenhum partido. Como complementação, o modelo explicativo busca se a rejeição ao Partido dos Trabalhadores traz alguma informação sobre a relação com o sistema partidário, ponderando sua percepção de mandatário há mais de uma década.

iii. Fatores da Campanha

A adaptação do nível de “fatores da campanha” dentro da dimensão de “natureza da decisão” é talvez o mais radical. Isso porque ele representa, no modelo original de Lau e Redlawsk, variáveis quase sempre institucionais, como o tipo de eleição e a dificuldade do voto, ou respectivas às campanhas, como a imagem construída pela mídia. Como a metodologia qualitativa não prevê ferramentas de análise para modelos explicativos Multinível, a variável “imagem” foi transformada em microsocial e averigua a percepção que cada indivíduo tem dos candidatos concorrendo à presidência.

I. Imagem dos Candidatos

A imagem dos candidatos se introduz como um conceito chave no processo decisório uma vez que a produção de conteúdo das campanhas é focada essencialmente na transmissão de “pacotes” de informações que construam chances de sucesso eleitoral.

Usualmente vinculada a estudos de comunicação eleitoral, a imagem dos candidatos é uma relação entre conhecimento acumulado, a emissão no período da

própria campanha (que inclui vinculações de Horários Gratuitos de Propaganda Eleitoral, grandes mídias e, atualmente, de novas fontes alternativas com a consolidação das novas formas digitais de comunicação) e a recepção do eleitor e processamento a partir de esquemas já consolidados.

Em relação à imagem pessoal e política dos candidatos em disputa, extrai-se de Rosenberg [*et al*] que

“(...) a aparência política de um candidato tem impacto significativo nos resultados eleitorais. (...) Essa imagem inclui tanto impressões gerais da adequação do candidato para o gabinete e impressões específicas de um número de traços de caráter” *(1986, p. 123, *tradução da autora*).

Para os autores, avaliações não-verbais de elementos de campanha, usualmente voltados a diferentes mídias produzidas e veiculadas, tem impacto relevante na atratividade dos candidatos, uma vez observado o comportamento dos eleitores.

Como já mencionado, pesquisas brasileiras enfocam mais a construção da imagem do que os elementos de recepção e percepção individual. Castro (1994), dentro da análise de sofisticação política, insere a percepção de imagem do candidato como um atalho cognitivo que auxilia na tomada de decisão quando da falta de informação para o processo decisório eleitoral. Para a autora, novamente, utilizar “imagem” como variável para a escolha de um candidato é uma “forma própria” de racionalidade.

Silveira também cria o conceito de um eleitor intuitivo que, desprovido de conhecimento e capacidade de pensamento político, utiliza imagem como atalho, usando a mídia como fonte primária (1994). No entanto, para o autor, o embasamento em “imagem” abre espaço para aumento de volatilidade eleitoral.

Radmann destaca, a partir de pesquisas para executivo municipal, a utilização de imagem como uma ferramenta para voto para eleitores não interessados em política, sendo que as características mais relevantes buscadas em candidatos seriam honestidade, competência e inteligência (RADMANN, 2001, p. 91).

A tradução específica para a pesquisa proposta compreende a vinculação de características específicas dos candidatos, tanto em âmbito pessoal como político/administrativo que são subjetivamente indicadas como “presenciáveis”. No caso dos candidatos que não concorrem à reeleição presidencial, aqui são incluídas as avaliações de cargos políticos e administrativos anteriores cuja bagagem acrescenta positivamente no julgamento e/ou decisão eleitoral. Pela literatura nacional, a imagem dos candidatos, quando pessoal, é mobilizada por eleitores com menor

sofisticação política, como atalho cognitivo para decisão eleitoral, e é um conceito frágil de avaliação e tomada de decisão, podendo ser alterado ao longo da campanha.

3.2 CARACTERÍSTICAS COGNITIVAS INDIVIDUAIS

Com exceção de Rennó (2004, 2007), os trabalhos nacionais ainda não consolidaram pesquisas focando no processo de recepção e processamento de informações pelo eleitor. Trabalhos sobre sofisticação política e conhecimento político ficam responsáveis por mensurar a capacidade que o indivíduo tem de usar determinada informação, mas o foco ainda não é nas formas pelas quais esse conhecimento é armazenado ou resgatado.

É claro que sem estudos experimentais não é possível traçar relações causais sobre o recebimento de informação pela memória operacional e sua relação com o processo decisório eleitoral. No entanto, a inclusão das variáveis listadas a seguir, mesmo que mensuradas através da explicitação individual, dão luz aos possíveis resultados de processos neurológicos mencionados. Ou seja, ao invés de partir da ação de recepção ou processamento, o modelo explicativo propõe a observação dos comportamentos descritos por trabalhos prévios como resultado das características cognitivas individuais.

Analisando a desigualdade de distribuição informacional no contexto brasileiro, Rennó destaca que

(...) o hiato informacional beneficia ricos, brancos e homens, especialmente em ambientes políticos mais complexos. Portanto, as desigualdades parecem permear as diferentes esferas da sociedade brasileira, o que está no cerne de sua resiliência no tempo no Brasil (RENNÓ, 2007, p. 743)

Os conceitos listados a seguir são traduções das definições utilizadas por Lau e Redlawsk, e ilustradas, quando possível, por algum trabalho nacional aproximado.

i. Ferramentas de Avaliação

O Capítulo 2 já deixou claro que o processo decisório é, além da decisão final, o conjunto de avaliações e julgamentos que os indivíduos fazem ao longo do percurso

e que podem, ou não, influenciar a decisão final. As principais ferramentas de avaliação utilizadas por Lau e Redlawsk são (I) os processos de categorização e (II) as heurísticas de julgamento.

I. Processos de Categorização

Os processos de categorização, segundo Lau e Redlawsk, são uma ferramenta muito simples de avaliação em que o indivíduo cria padrões e associa características baseado em sua experiência. Na mera categorização, ainda não existe expectativa de comportamento futuro, uma vez que prospecção sempre é um exercício que exige maior capacidade de abstração e maior conhecimento social como um todo.

Tais processos resultam, principalmente, na consolidação de estereótipos que os indivíduos criam como forma de processar o mundo ao seu redor. São pouquíssimos os trabalhos nacionais que abordem estereótipos políticos de forma geral, que não só focados em gênero e raça. A compreensão de tais categorizações é importante para analisar o processo decisório eleitoral uma vez que elas abrem ou fecham portas para determinadas informações.

Em estudo com eleitores do Rio de Janeiro nos anos 1980, Rodrigues [et al] encontraram associação entre o conceito de “político” com “(...) adjetivos que caracterizam baixos padrões morais e que definem um perfil negativo do político brasileiro, o que vem a confirmar a existência de estereótipos negativos em relação à sua imagem” (RODRIGUES et al., 2012, p. 10)

A categorização do político enquanto algo negativo trabalha em retroalimentação com a negação que o indivíduo tem da política enquanto todo, gerando ceticismo e afastamento. Segundo Radmann, “(...) a cultura política cética da maioria do eleitorado incentiva o distanciamento em relação à política e favorece a personalização da política” (2001, p. 206).

Não é impensável, portanto, que na presente pesquisa, ao categorizar elementos políticos, os entrevistados o façam através de conotações negativas, buscando o distanciamento.

II. Heurísticas de Julgamento

Importadas do trabalho clássico de Tversky e Kahneman (1974), Lau e Redlawsk utilizam as três principais heurísticas de julgamento como elemento do processo decisório eleitoral: a de representatividade, a de disponibilidade e a de ajuste e ancoragem.

A lógica por trás da utilização de tais elementos é que, mesmo com ausência de um cenário informacional holístico, os indivíduos ainda possuem ferramentas para emitir julgamentos que podem estar relacionados à sua tomada de decisão.

Na definição original de Tversky e Kahneman, representatividade ocorre quando indivíduos avaliam a probabilidade de que A seja representativo de B, ou seja, em que grau A se assemelha a B. Em comparação ao processo de categorização, a representatividade se destaca pois não apenas representa a habilidade individual de criar estereótipos do mundo ao seu redor, mas de criar vínculos comparativos entre diferentes categorias, ou relações de previsibilidade de ação de determinado grupo. Um exemplo é a ideia de que determinado partido de oposição pode transformar a política econômica do país. O indivíduo é capaz de delimitar grupos distintos, baseado em demarcações prévias baseadas em experiência, e prever comportamento posterior.

A heurística de disponibilidade é mais simples, no que diz respeito à mobilização cognitiva. Por ela, os indivíduos pensam na probabilidade de eventos a partir de experiências pessoais diretas, daqueles que vem à mente facilmente. Assim, eles acham que determinada política pública de educação é boa, por exemplo, quando seus filhos estão submetidos a ela.

A heurística de ajuste e ancoragem é aquela em que, mesmo depois de repetidas exposições a algum estímulo, a avaliação ainda é feita a partir da primeira impressão.

No que diz respeito aos dados coletados, supõe-se que a mobilização das distintas heurísticas seja relacionada diretamente ao nível de sofisticação política individual. Assim, indivíduos mais sofisticados, são capazes de utilizar mais representatividade como forma de julgamento, e aqueles com menor sofisticação voltem-se mais à disponibilidade pela maior facilidade de construção.

ii. Ferramentas de Escolha

No processo decisório, nem sempre existe julgamento associado à tomada de decisão. A partir dessa ideia, existem alguns elementos que auxiliam diretamente na escolha e dão capacidade ao indivíduo, independente de sofisticação cognitiva, para escolher dentre opção. No caso eleitoral, as principais listadas por Lau e Redlawsk são decomposição, edição e as heurísticas eleitorais.

I. Decomposição e Edição

A decomposição é uma ferramenta de escolha em que o eleitor é capaz de compartimentalizar os diferentes elementos de uma campanha, ponderar valorações positivas ou negativas, e mesmo assim tomar decisões não-compensatórias. Através deste elemento, um eleitor pode não aprovar a performance de um candidato em um debate, por exemplo, mas ainda assim escolhê-lo pois dele política educacional é coincidente a sua.

Já na edição, o eleitor isola uma característica, seja por simplificação de escolha seja por priorização de um *issue* específico, e utiliza tal ponto específico como forma de escolha. O exemplo clássico de edição ocorre através do voto favorável ou contrário ao mandatário por avaliação de governo.

Em trabalho recente sobre a popularidade do Governo de Dilma Rousseff, Sampaio sumariza algumas dimensões da variável “avaliação de governo” que tornam-se úteis para a compreensão do julgamento eleitoral brasileiro. Primeiramente, destacam-se as diferenças no enquadramento dos critérios de avaliação, exposto pelo Quadro 3.2, como proposto por Sampaio.

Quadro 3.2. Os Diferentes Tipos de Avaliação

		TEMPO	
		Passado (baseado em memória)	Futuro (processamento online)
FOCO	Individual	Avaliação Retrospectiva Egotrópica	Avaliação Prospectiva Egotrópica
	Coletivo	Avaliação Retrospectiva Sociotrópica	Avaliação Prospectiva Sociotrópica

Fonte: SAMPAIO (2014, p. 105)

No critério tempo, o indivíduo pode focar sua avaliação em questões passadas, através de resgate informacional pelas estruturas de memória, ou através de prospecções de consequências futuras de desempenho. A análise retrospectiva entende que os indivíduos utilizam de suas experiências pessoais passadas para realizar julgamentos políticos, que, no caso de mandatários presidenciais, pode ser influenciada por questões da personalidade do presidente, suas dimensões partidárias, seus ideias, ou ainda pode ser vinculada à capacidade do indivíduo resgatar e compreender questões de administração pública, especialmente em relação ao cenário econômico nacional (SAMPAIO, 2014, p. 118).

A análise prospectiva é formada por indivíduos capazes de conciliar compreensão sobre a conjuntura atual da política e expectativas de mudança, tanto no andamento da política como da economia. Assim, a partir de conhecimento prévio,

eles buscam criar cenários para o futuro, evitando ameaças e riscos, o que confere às campanhas papel fundamental na construção de dúvida e medo a respeito dos candidatos adversários.

A principal diferença, para Sampaio, entre os eleitores que se utilizam de avaliações retrospectivas ou prospectivas no julgamento política é a mobilização feita pelo primeiro tipo de experiências individuais prévias, especialmente na comparação com mandatários anteriores e suas consequências, como forma de embasamento de avaliação, e o esvaziamento na criação de cenários futuros baseados em tais experiências (SAMPAIO, 2014, p. 120).

No critério foco, as avaliações podem ser realizadas tanto de forma egotrópica, partindo da priorização no benefício individual como destacado por pressupostos *downsianos*, ou sociotrópica, quando o indivíduo toma em conta o bem-estar coletivo para o julgamento e decisão.

Especialmente em relação às avaliações no período eleitoral, o autor afirma que com o aumento de visibilidade dado pela campanha ao desempenho presidencial, seja através da mídia ou das próprias propagandas políticas, faz com que elementos que seriam possivelmente ignorados pelos indivíduos são destacados sob o filtro das temáticas propostas pela eleição. Isso implica que “(...) nos meses que antecedem a eleição a popularidade se alinha à intenção de voto, principalmente quando o incumbente almeja à reeleição” (SAMPAIO, 2014, p. 158).

II. Heurísticas Eleitorais

A principal lógica que cerca o conceito de heurísticas é a de que indivíduos tomam decisões cotidianamente constrangidas por limitações de tempo, conhecimento e até mesmo poder computacional. Segundo Gerd Gigerenzer e Peter Todd, “(...) muitos modelos de inferência racional veem a mente como se fosse um ser sobrenatural possuidor de poderes demoníacos de razão, conhecimento ilimitado, e toda a eternidade para tomar decisões” (GIGERENZER; TODD, 1999, p. 5). Partindo de tal crítica, mesmo que alegoricamente construída, os pesquisadores buscam a definição de uma racionalidade ecológica, mais próxima à realidade humana do que aquela prevista pelos teóricos econômicos e entendida como uma que economiza esforço cognitivo.

Os atores afirmam que

“(...) muito do raciocínio humano e seu respectivo processo decisório pode ser modelado por heurísticas rápidas e econômicas que fazem inferências com tempo e conhecimento limitados. Essas heurísticas não envolvem muito processamento de informação, e não processam probabilidades ou utilidades. Elas são modelos de **racionalidade**

limitada” (GIGERENZER; TOOD, 1999, p. 6, *tradução e grifo da autora*).

A racionalidade limitada nasce junto aos modelos probabilísticos das teorias econômicas, baseada em cenários de incerteza, mas rebate seus pressupostos de previsibilidade de ação baseada em cálculos de utilidade pelo indivíduo. Segundo Simon, fundador do conceito, os limites da racionalidade perpassam três dimensões: (i) risco e incerteza, principalmente em relação aos possíveis resultados obtidos dentre as opções existentes para a tomada de decisão; (ii) informação incompleta sobre alternativas, pela deficiência individual na captação e retenção informacional; e (iii) complexidade, baseada em restrições ambientais que não permitem algum cálculo de custo-benefício por parte do indivíduo (SIMON, 1972, p. 163). Mesmo construindo o conceito dentro da administração, o autor expande sua capacidade analítica e elabora um modelo de racionalidade procedimental (JONES, 1999, p. 301), apresentando a ideia de “caminhos satisfatórios²⁰”. Jones afirma que o “organismo” satisfatório de Simon evolui ao longo de suas pesquisas, mas que algumas características essenciais permanecem presentes: (i) a limitação na previsibilidade de consequências a longo prazo, resultado das habilidades cognitivas limitadas e de contextos decisórios complexos; (ii) a tendência em estabelecer expectativas distintas para cada objetivo enfrentado; (iii) a orientação dos indivíduos a operacionalizar seus objetivos sequencialmente ao invés de concomitantemente, condicionados pela memória a curto prazo; e (iv) o comportamento que busca satisfação ao invés de otimização.

A partir deste contexto, a utilização de atalhos cognitivos, especificamente heurísticas, operacionaliza a racionalidade (limitada) procedimental de Simon. Para esta conjuntura, Gigerenzer e Tood delimitam heurísticas rápidas e econômicas que “(...) empregam um mínimo de tempo, conhecimento e computação para realizar decisões adaptadas a ambientes reais” (GIGERENZER; TOOD, 1999, p. 14, *tradução da autora*). A seleção do tipo de heurística apropriada para cada estímulo externo é feita, segundo os autores, por uma avaliação automática de adequação, mas que ocorre sempre entre duas dimensões: a classificatória e a decisória.

Como já destacado no capítulo anterior, Lau e Redlawsk destacam cinco principais heurísticas utilizadas para o julgamento e decisão eleitoral, que são referência afetiva, ensossos, familiaridade, hábito e viabilidade. A referência afetiva é aplicada a candidatos já visíveis no cenário político, conhecidos pelo eleitor, quando já existe acúmulo de conhecimento a respeito das opções e o indivíduo é capaz de resgatar suas avaliações em forma de avaliações afetivas. Os endossos são atalhos através da confiança no apoio de figuras públicas e sociais de destaque, entendido na

²⁰ Traduzido do original “*satisficing path*” (JONES, 1999, p. 301)

literatura nacional como a presença de padrinhos políticos nas campanhas eleitorais. Familiaridade, ou disponibilidade, é uma heurística muito utilizada na etapa de edição no processo decisório e, literalmente, refere-se a facilidade em avaliar e decidir por alternativas conhecidas, em oposição a informar-se a respeito de candidatos “novos”, dentro do conceito subjetivo. O hábito reflete o eleitor que mantém decisões anteriores, sem a necessidade de problematizar novos cenários. E finalmente, viabilidade é utilizada quando os eleitores acreditam que apenas algum candidato específico tem chance de vitória, e utilizam tal heurística como forma de julgamento ou decisão (LAU; REDLAWSK, 2006, p. 28).

A literatura internacional já avançou bastante na análise de heurísticas eleitorais e seus respectivos esquemas de ilustração, principalmente através de metodologias experimentais e do *process tracing* como método de coleta de dados para análise do processamento e mobilização informacional (LAU; REDLAWSK, 2001). Para Lau e Redlawsk, em certa medida, todos os eleitores recorrem a heurísticas para a formulação de suas decisões, no entanto,

(...) as heurísticas políticas de todos os eleitores não são iguais. 'Republicano' ou 'liberal' significa uma coisa para um eleitor relativamente ingênuo, e algo muito mais rico, mais significativo, e com mais nuances para um cidadão politicamente sofisticado (LAU; REDLAWSK, 2001, p. 969, *tradução da autora*).

O presente trabalho não busca as motivações psicológicas por trás da construção das heurísticas, o que implica em não explorar as diferenças de significado das mesmas para os distintos eleitores pesquisados. O conceito é analisado pelo modelo proposto a partir da recorrência do indivíduo a alguma das cinco heurísticas propostas por Lau e Redlawsk, como forma predominante de julgamento e/ou decisão eleitoral ao longo do processo decisório.

3.3 CONCEITUALIZAÇÃO: DEFININDO O MODELO EXPLICATIVO DO PROCESSO DECISÓRIO ELEITORAL

Resumindo o modelo conceitual proposto até aqui, a Figura 3.1 discrimina os conceitos mobilizados a partir da adaptação feita de Lau e Redlawsk para a pesquisa qualitativa, ao invés da experimental original, instrumentalizada por entrevistas em profundidade.



Figura 3.1. Modelo Conceitual do Processo Decisório Eleitoral Brasileiro

Fonte: Autora

O processo decisório eleitoral torna-se objeto de pesquisa a partir de uma preocupação em descrever melhor a complexidade do comportamento político do eleitor brasileiro, ao longo do período das campanhas eleitorais. Através de uma proposta exploratória e dos pressupostos de Lau e Redlawsk em sua construção dos tipos de processo decisório eleitoral, amplia-se o escopo de análise do comportamento individual para os casos analisados na eleição presidencial de 2014.

A força motriz do trabalho é a ideia de que o eleitor brasileiro tende a encaixar-se em modelos “intuitivos” de processo decisório, em que os indivíduos se apoiam no máximo de atalhos cognitivos possíveis para a tomada de decisão mais rápida possível. Condicionado a situações moderadas de ansiedade, ele é capaz de, dentro de tais limites de avaliação, ponderar a decisão mais eficiente possível. Apesar de esforços cognitivos geralmente baixos e superficialidade na procura por informação, buscando sempre a economia de seus esforços, ele tende a estratégias compensatórias de decisão, não assumindo extremos em sua avaliação.

Como **variável dependente**, a pesquisa destaca o “tipo de processo decisório eleitoral” em eleições presidenciais. Ela é categorizada a partir da construção de Lau e Redlawsk, em processos (a) imparcial, (b) confirmatório, (c) rápido e simples e (d) intuitivo, e é resultado da interação entre a dimensão explicativa do modelo, condicionada pelo contexto emocional do indivíduo. É interessante destacar que os modelos de processo decisório são delimitados a partir de um cenário eleitoral majoritário cuja natureza da decisão é relativamente simples para o indivíduo. A

análise de contextos eleitorais complexos (CEC²¹) perpassa uma rede maior de definições teóricas.

A utilização do parâmetro “intensidade emocional contextual” reflete um posicionamento holístico da pesquisa no que compete a psicologia eleitoral. A inserção do conceito de emoções não é feita como tradução literal dos trabalhos citados no capítulo anterior (MARCUS; NEUMAN; MACKUEN, 2000; NEUMAN et al., 2008; SEARS, 2001), mas adaptando a lógica apresentada por Lau e Redlawsk. Pressupõe-se que a avaliação dos candidatos não é feita através da mobilização de um arcabouço complexo de informações, mas sim de um acúmulo de experiências que pode ser traduzido em impressões emocionais, mesmo que sua explicitação não seja bem articulada pelo indivíduo.

Para a identificação da percepção emocional dos eleitores analisados, foram elencados os seguintes elementos: “Brasil”, “economia nacional”, “economia privada”, “Governo Federal”, “Congresso Nacional”, “fotos oficiais dos candidatos”, “fotos com os ‘padrinhos’ políticos”, “fotos dos candidatos em campanha”, “programas partidários”, “Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral”, “trechos de debates” e os “jingles principais da campanha”. Todos os estímulos externos utilizados ao longo das aplicações encontram-se ilustrados nos Anexos.

A seleção das emoções descritivas utilizadas foi feita através do Manual Panas-X de emoções positivas e negativas (WATSON; CLARK, 1994). Foram selecionadas as emoções “alegre”, “indignado”, “orgulhoso”, “tenso”, “preocupado”, “animado”, “revoltado” e “confiante”, e as mesmas foram aplicadas através da seleção em escalas de cinza da intensidade do sentimento em relação aos elementos mencionados anteriormente.

Como **dimensões explicativas**, a pesquisa mobiliza variáveis a partir dos nove conceitos já descritos.

Como **hipótese de pesquisa**, considera-se

H₀: No modelo de processo decisório para os entrevistados acompanhados, percebe-se predominância do modelo intuitivo, no qual o eleitor tende de utilizar o máximo de heurísticas possíveis para reduzir a busca ativa por informações e tomar a melhor decisão possível.

²¹ O conceito de Contexto Eleitoral Complexo (*Complex Electoral Environment*) é definido por Rennó como composto por uma combinação dos seguintes elementos: “eleitores que identificam-se fracamente com os partidos, existência de sistema multipartidário, a disputa eleitoral envolve mais de um cargo eletivo por distrito, e vários candidatos concorrem pelo mesmo gabinete” (2004, p. 14, *tradução da autora*).

4 O COMPORTAMENTO ELEITORAL EM 2014: ANÁLISE DE MODELOS DE PROCESSO DECISÓRIO NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL BRASILEIRA

O objetivo central deste capítulo é a apresentação da pesquisa feita em 2014, revisando desde o planejamento e definição metodológica até a análise dos dados coletados. Como forma de testar a aplicabilidade dos conceitos definidos por Lau e Redlawsk, foi desenhada uma pesquisa qualitativa, através de entrevistas em profundidade. Ela foi aplicada a onze eleitores, com painel de três ondas durante os meses de julho e outubro de 2014, nas cidades de Curitiba e Brasília.

A análise dos dados proposta divide-se em duas etapas. A primeira apresenta o contexto emocional dos eleitores, mensurado como parâmetro e complemento para melhor compreensão das entrevistas. Nela, as avaliações feitas pelos eleitores de elementos da eleição a partir de um espectro de oito emoções são comparadas tanto internamente, para discriminar a evolução de estímulos emocionais através da perspectiva individual, como entre eleitores, como forma de aproximar-se das descrições de categorias de processo decisório delimitadas por Lau e Redlawsk e descritas no Capítulo 2.

A segunda parte da análise de dados apresenta a análise de conteúdo, controlada a partir dos estímulos aos quais os indivíduos foram submetidos, e busca a presença dos elementos discriminados pelo modelo explicativo apresentado no Capítulo 3. O comportamento das variáveis é analisado a partir das expectativas teóricas construídas tanto por Lau e Redlawsk como pelos trabalhos nacionais apresentados previamente e busca-se evidências dos tipos de processos decisórios propostos em *How Voters Decide*. Os dados obtidos são analisados pelo software NVivo.

A interseção da análise de contexto emocional e da análise de conteúdo das transcrições das entrevistas tenta compreender melhor como foi o processo decisório dos onze eleitores acompanhados em 2014²².

As próximas sessões tratam especificamente: (i) do planejamento e definição metodológica, apresentação do *corpus* com o qual a pesquisa foi aplicada e descrição de questões práticas da respectiva aplicação; (ii) da apresentação do instrumento de pesquisa a partir do modelo explicativo apresentado no Capítulo 3 e delimitação dos parâmetros para a agrupamento e categorização dos dados; (iii) da discussão de

²² Enquanto um estudo exploratório, a pesquisa passa longe de afirmações inferenciais considerada a amostra utilizada e o ruído doravante da aplicação concomitante às eleições. No entanto, acredita-se ser possível iniciar os estudos de comportamento de processo decisório eleitoral através uma pesquisa menor que não trabalhe exclusivamente

algumas questões metodológicas que influenciam na análise proposta e percebidas desde o planejamento até a aplicação das entrevistas em profundidade; (iv) do resumo dos contextos emocionais dos eleitores, seja internamente seja em comparação com o todo; e (v) da análise de conteúdo das entrevistas, considerando o comportamento esperado das variáveis explicativas do modelo proposto e a indicação posta pelo contexto emocional dos eleitores.

4.1 PLANEJAMENTO, *CORPUS* E APLICAÇÃO DA PESQUISA

Para analisar o processo decisório nas eleições presidenciais brasileiras, tornou-se necessário, antes mesmo da definição do método e técnica específicos de coleta de dados, o estabelecimento de uma estratégia metodológica em que um acompanhamento dos participantes ocorresse ao longo do período eleitoral. Não parecia possível compreender a manutenção ou não, tanto da dimensão de contexto emocional como da manifestação de tipologias de processo decisório eleitoral, caso os eleitores não fossem observados em mais de uma ocasião ao longo da campanha.

Inspirado em Seidman (2012) e buscando explorar e compreender o significado das diferentes dimensões para decisão, a pesquisa propõe um painel de entrevistas em profundidade estruturado pelo autor com três ondas. Seidman indica que, como forma de esgotar o ciclo de significado, as ondas tem objetivos principais distintos (SEIDMAN, 2012, p 15). Na primeira, deve-se conhecer o entrevistado, priorizando o contexto que a pesquisa busca compreender. Posteriormente, o foco é obter detalhes concretos sobre a subjetividade do participante dentro dos tópicos analisados. E por fim, a terceira onda indaga sobre o significado da experiência para o indivíduo. As três etapas foram consideradas pela presente pesquisa e adaptadas de forma que os elementos específicos sobre as eleições presidenciais de 2014, como a percepção de imagem dos candidatos, fossem resgatados em todos os encontros, suprimindo a necessidade de acompanhamento das possíveis alterações de opinião ao longo da campanha.

Para garantir um mínimo de representatividade, o que não implica em objetivo de generalização na análise de dados, a amostra foi preenchida conforme dicotomias nas categorias sexo (homem e mulher), idade (até 30 anos e mais de 30 anos), e escolaridade (até ensino médio e ensino superior). O recrutamento foi feito pela técnica bola de neve, na qual o pesquisador busca indicações de participantes através de contatos diretos. Devido a uma particularidade no período da aplicação, a amostra foi dividida entre as cidades de Curitiba e Brasília.

Após estabelecimento de contato com os indivíduos selecionados, foram apresentadas cartas garantindo a confidencialidade dos dados e a partir deste momento, nenhum participante é intitulado nominalmente, mas sim pelos indicadores definidos durante o recrutamento.

Ao final do painel realizado, onze entrevistados concluíram as três ondas com sucesso, como apresenta o *corpus* discriminado pelo quadro 4.1, onde os indivíduos são nomeados pelos identificadores (ID): 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 10, 14 e 15. O restante dos perfis (09, 11, 12, 13 e 16), destacados pelo quadro, não puderam ser preenchidos a tempo da coleta de dados ou não finalizaram o painel completo, sendo descartados da análise.

Gênero		Homem				Mulher			
Idade		Até 30 anos		Mais de 30 anos		Até 30 anos		Mais de 30 anos	
Escolaridade		Ensino Médio	Ensino Superior	Ensino Médio	Ensino Superior	Ensino Médio	Ensino Superior	Ensino Médio	Ensino Superior
ID/STA		01	02	03	04	05	06	07	08
		09	10	11	12	13	14	15	16

Fonte: Autora

Para aprofundamento no perfil dos indivíduos, foram aplicadas algumas questões demográficas ao final da primeira onda, cujo questionário encontra-se no Anexo 1. Cabe uma pequena descrição de cada um dos entrevistados antes do aprofundamento na lógica da aplicação.

O indivíduo intitulado por ID01 é um homem jovem, de 18 anos, solteiro, morador da cidade de Brasília, que já se formou no ensino médio e faz cursinho para entrar na universidade. Atualmente, mora com a mãe e a irmã e não possui nenhum trabalho fixo, sendo que sua renda familiar chega a 5 salários mínimos. Não lê jornais nem costuma assistir noticiários na televisão. Não teve contato com nenhum programa partidário prévio ao início das entrevistas e apresenta pouco conhecimento prévio em relação a questões políticas gerais e institucionais²³. Inclusive, verbaliza várias vezes ao longo das entrevistas seu desinteresse por política.

ID02, também homem, tem 25 anos e é solteiro e formado em Direito na cidade de Curitiba. À época das entrevistas, procurava emprego escritórios de advocacia e também analisava possibilidades para uma pós-graduação. Consome informações frequentemente, principalmente através de portais de grandes jornais online e alguns blogs de política. Mora com os pais, estes empresários, e destaca várias vezes ao

²³ Como questões políticas gerais a pesquisa entende a verbalização sobre notícias correntes do cenário político nacional, veiculadas exaustivamente ao longo da campanha. As questões institucionais remetem a perguntas feitas a respeito de conhecimento sobre atores e regras políticas específicas.

longo das entrevistas que teve uma “educação voltada para a direita”. Apresentou alto interesse em diversos elementos da eleição e já tinha contato com alguns programas partidários que foram liberados antes das candidaturas oficiais serem divulgadas.

ID03 é morador de Brasília, tem 35 anos e é casado e tem uma filha. Tem ensino fundamental completo e afirma consumir informações principalmente por noticiários locais, quando consegue pelo seu trabalho. É garçom em um bar e apesar de não ter muita clareza a respeito de questões políticas institucionais, apresenta alto conhecimento a respeito de políticas públicas locais e tem clareza na responsabilidade dos diferentes níveis federais. Afirma não assistir programas eleitorais por não estar em casa no horário que eles são transmitidos.

ID04 é dentista em um posto de saúde na região metropolitana de Curitiba. Tem 35 anos e é solteiro e não tem filhos. Consome informações através de noticiários tradicionais, mas diz não gostar nem prestar muita atenção em política. Apresenta baixo conhecimento de política institucional e não conhecia os candidatos, com exceção da mandatária, ao início do painel.

ID05 é mulher, trabalha como empregada doméstica, ganhando entre 1 e 2 salários mínimos por mês, e mora na região metropolitana de Curitiba. Tem 26 anos e 4 filhos, que cria sozinha. Mora em situação de vulnerabilidade, em região que afirma ser risco de desabamento e centro de violência. Assiste noticiários diariamente, principalmente os locais, e assistiu o Horário Eleitoral como forma de entretenimento com os filhos. Completou o ensino fundamental.

ID06 é mulher, 25 anos e estudante de pós-graduação em Curitiba. Com renda de 3 salários mínimos, tem muito interesse em política e se informa o máximo possível sobre questões institucionais cotidianas e tem muito conhecimento prévio ao painel sobre a eleição. Apresenta um posicionamento muito incisivo a respeito da eleição, favorável à mandatária e demonstra, inicialmente, amplo acesso a informações e capacidade de processamento contextual.

ID07 é moradora de Curitiba, tem 48 anos, é representante comercial e mora com três filhos. Com renda de até 4 salários mínimos, tem acesso a informação por noticiários, estimulada pela família. Não assiste muita programação política e tem baixo conhecimento sobre política institucional.

ID08 é engenheira civil de Brasília, tem 56 anos e mora com o filho. Tem amplo conhecimento e memória ativa sobre questões políticas, tanto institucionais como sobre a eleição. Tem renda de 10 salários mínimos e consome amplamente informações de várias fontes distintas.

ID10 é homem, fisioterapeuta, tem 28 anos e mora em Curitiba. Consome alto fluxo de informação e tem alto conhecimento sobre política institucional e sobre as

eleições presidenciais, mesmo prévio ao início das entrevistas. Tem renda de 6 salários mínimos e é solteiro.

ID14 é estudante de Direito de Brasília, com renda familiar de aproximadamente 10 salários mínimos. Obtém informações, basicamente, através de suas relações familiares, e quase não assiste noticiários ou lê jornais, principalmente a respeito de questões políticas. Tem baixo conhecimento institucional e sobre as eleições.

ID15 é funcionária da equipe de limpeza da prefeitura de Colombo, na região de Curitiba. Tem 54 anos, é casada e morada com filhos, irmãos e sobrinhos. Tem renda de 2 salários mínimos e tem pouco conhecimento sobre política nacional e sobre as eleições, reconhecimento exclusivamente a mandatária. Obtém informação no ambiente de trabalho e através de noticiários dos principais canais abertos nacionais.

Todos os entrevistados foram abordados três vezes, em períodos diferentes da eleição. A primeira onda do painel foi aplicada entre os meses de Julho e Agosto, após as escolhas dos candidatos oficiais e antes do início das campanhas. A segunda onda ocorreu no mês de Setembro, antes do primeiro turno e a terceira em Outubro, antes do segundo turno.

4.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA E ORIENTAÇÃO DE ANÁLISE

A construção do roteiro das entrevistas foi feita a partir de duas dimensões: (i) uma avaliação prévia do que considerou-se como o contexto emocional do indivíduo frente aos diferentes elementos presentes na campanha, que tinham algum vínculo analítico com as variáveis explicativas inseridas no modelo; e (ii) a “racionalização” posterior do próprio indivíduo, que implicou sua avaliação dos distintos aspectos que envolvem a campanha eleitoral e o próprio voto²⁴.

Antes de apresentar o instrumento de pesquisa, cabe a definição de três conceitos para nivelar as diferenças entre terminologias utilizadas. Como “contexto emocional individual”, entende-se a combinação das avaliações emocionais realizadas por cada eleitor em cada uma das ondas. Mais do que uma métrica, tal contexto é classificado pela contraposição e predominância de alguma emoção, definição aprofundada nas próximas seções.

Por “estímulo emocional” tratam-se cada uma das mensurações feitas pelos entrevistados aos elementos da eleição. Novamente, a mensuração não é um número

²⁴ Os pré-testes da pesquisa foram aplicados no mês de Junho de 2014, com o acompanhamento de um psicólogo social e profissional da área de pesquisa social.

absoluto, mas é utilizada como forma de comparação e contraste entre outras emoções e entre as diferentes ondas. Portanto, o contexto emocional individual é composto de vários estímulos emocionais. Por fim, “racionalização” é o conjunto de respostas e justificativas expressadas verbalmente a respeito dos temas abordados.

Como forma de complementar o conhecimento a respeito dos entrevistados, foi aplicado um questionário sócio demográfico na primeira onda, junto a questões de sofisticação política, como destaca o Anexo 1.

Partindo das dificuldades na análise de comportamento individual em extrair opiniões espontâneas sobre política (NEUMAN, 2007), o roteiro das entrevistas em profundidade foi ilustrado por estímulos de mídias diversas, como fotos, áudios e vídeos²⁵. Todas as imagens e transcrições de vídeo e áudio utilizados estão nos Anexos 3 e 4.

Antes do início das perguntas das entrevistas, os indivíduos foram expostos a estímulos de mídia extraídos da própria campanha e foram solicitados a preencher uma escala emocional, delimitada em intensidade por uma escala de cinza de 10 cm (Anexo 2). A delimitação das oito emoções específicas e não-excludentes utilizadas foi feita a partir do estudo Panas-X, da Universidade de Iowa, sendo elas alegre, animado, confiante, orgulho, tenso, preocupado, indignado e revoltado. Em uma combinação de estudos qualitativos e experimentais, os pesquisadores responsáveis pelo relatório rodam análises fatoriais que reduzem as dimensões de emoções, criando um espectro de intensidade e valência, típico da teoria dimensional. Nos pré-testes da pesquisa, a categoria “ansioso(a)”, utilizada pelas teorias de emoção americanas, não foi muito bem aceita pelos participantes, por ter conotação acessória na língua portuguesa. Segundo o feedback dos próprios indivíduos, um indivíduo pode estar ansioso de forma positiva ou negativa a respeito de algum evento, e isso traz consequências distintas para o comportamento humano.

Todos os elementos mensurados emocionalmente estão listados nos próprios roteiros das entrevistas, no Anexo 1. Como estratégia de análise, as marcações emocionais foram medidas e os valores obtidos foram transformados em gráficos de barras. O objetivo de tal ação é facilitar a visualização do contexto medido pelo eleitor, e não fazer relações matemáticas ou estatísticas sobre a forma como os indivíduos mensuraram os elementos da eleição.

²⁵ O trabalho considera a ponderação de King, Keohane e Verba (1994, p. 7) em rejeitar o conceito de “quase-experimento”, destacando principalmente as diferenças no objetivo das conclusões, inferenciais nas pesquisas não-experimentais, e causais em experimentos. Considerou-se necessário, de qualquer forma, utilizar a expressão para destacar que as entrevistas em profundidade obtiveram seus resultados não apenas de forma espontânea, mas também através da apresentação de alguns estímulos de mídia presentes na campanha eleitoral estudada.

A partir da orientação de Seidman (2012), as questões da primeira onda, realizada em Julho de 2014, foram estruturadas para abranger temas gerais e compreender a orientação superficial de cada um dos entrevistados acompanhados. Especificamente na esfera política, os elementos abordados foram a avaliação do “Governo Federal” e a avaliação de cada um dos, à época, pré-candidatos (“Aécio Neves”, “Dilma Rousseff” e “Eduardo Campos”). Como as candidaturas oficiais ainda não haviam sido aprovadas pelo TSE e a campanha oficial ainda não começara, as imagens e vídeos utilizados foram aqueles disponíveis em pesquisa online e mais próximo comparativamente em questões de proporcionalidade de imagem e temática²⁶.

Na segunda onda, buscando aprofundar a subjetividade dos entrevistados através de exemplos concretos do processo decisório eleitoral, as avaliações emocionais já decompõem a dimensão política em um elemento geral (“Política”) e desmembra a avaliação de “Governo Federal” e “Congresso Nacional”, tentando identificar a avaliação e atribuição de responsividade política aos poderes corretos. Ou seja, verificar se o eleitor distingue as esferas políticas em relação a suas atribuições e responsabilidades perante o eleitorado. Ainda, elementos como o “Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral” (HGPE) e a centralidade e importância de “Partidos Políticos” também são incluídos na etapa de racionalização, afinando mais as avaliações da esfera eleitoral.

A terceira onda, além de buscar os significados da experiência, como dita Seidman, também complementa o roteiro com o máximo de elementos eleitorais possíveis, buscando avaliar pontas soltas. A experiência é verificada através de perguntas de avaliação da eleição como “O que você achou desta eleição presidencial? O que mais se destacou para você? O que você acha que lembraremos dela em alguns anos? Como você se sente a respeito?”.

4.3 PONDERAÇÕES E LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS

Algumas observações a respeito da escolha do método e aplicação são necessárias, principalmente para a consolidação da análise de dados proposta. Primeiramente, a interação entre pesquisador-entrevistado não foi desenhada com objetivo de refletir uma análise psicológica aprofundada dos indivíduos. Comum nas

²⁶ Após o pré-teste, o vídeo utilizado para avaliar Eduardo Campos foi substituído por um mais longo, pelo baixo conhecimento que os indivíduos demonstraram a respeito do candidato. Como os dados mostram, a substituição não afetou os dados a ponto de uma supervalorização de Campos, uma vez que mesmo assim a racionalização dele ainda foi bem restrita.

metodologias experimentais da Ciência Política americana, o propósito não poderia ser alcançado meramente através de três ondas com acompanhamento conversacional. Portanto, o objetivo do método selecionado foi estabelecer um acompanhamento da racionalização que o próprio indivíduo faz de suas opções e percepções ao longo da campanha eleitoral e não de compreender motivações ocultas ao indivíduo para seu comportamento.

Como segunda ponderação, e talvez a mais séria para a seleção do método, diz respeito ao ruído presente nos dados coletados, causados por dois motivos principais: (i) a aplicação da pesquisa durante o processo eleitoral analisado; e (ii) a utilização de estímulos específicos, selecionados na metodologia de pesquisa para o incentivo às formulações dos indivíduos. Qualquer pesquisa social lida com diversas formas de ruídos que nem sempre são considerados pelos pesquisadores em sua análise de dados. Como o objetivo da pesquisa era compreender o comportamento eleitoral de seus participantes, em termos de seu processo decisório, especificamente nas eleições presidenciais de 2014 dentro de uma metodologia qualitativa e não-experimental, realizar a aplicação prévia ou posteriormente implicaria na possibilidade de perder informações por questões de não-aferimento ou até mesmo de memória dos indivíduos. Alguns acontecimentos, no entanto, como o falecimento do candidato Eduardo Campos no começo da campanha, tiveram impacto negativo sobre a aplicação do painel, e tais considerações específicas são feitas ao longo do processo de análise de dados.

Em relação aos incentivos de imagem, áudio e vídeo, não parecia possível estabelecer um vínculo maior com os participantes e instigar elaborações mais complexas sem estímulos adicionais. No entanto, as implicações de sua seleção, uma vez que contaminada pela subjetividade do pesquisador, são também ponderadas na análise de dados. Todas as mídias utilizadas ou suas respectivas transcrições, como já mencionado, estão explicitadas nos Anexos deste trabalho.

Na utilização de emoções como parâmetro de contexto eleitoral, cabem algumas questões. A utilização de um estudo anglo-saxão como parâmetro para seleção das emoções utilizadas pode ter acrescentado ruído aos dados obtidos. Não foi selecionado a tempo da construção do instrumento nenhum trabalho nacional, que discutisse a utilização latina das terminologias emocionais dentro da teoria dimensional. No caso específico da pesquisa, também não foi realizado no pré-teste nenhuma verificação induzida do significado de cada emoção. Desta forma, não é possível com os cenários obtidos, fazer comparações entre o que representa estar “tenso” para um eleitor com estar “preocupado” para outro. O que é possível, pelo princípio da exaustão de informação das entrevistas em profundidade, é compreender

como os contextos emocionais individuais conversam com as informações utilizadas nas justificativas de avaliação e escolha do processo eleitoral. Ainda, para estudos futuros, talvez seja mais eficiente intercalar a mensuração emocional com a racionalização dos temas eleitorais. Foi possível observar que com toda a mensuração emocional agrupada, estratégia adotada buscando isolar o processo de raciocínio do indivíduo, o entrevistado fica cansado do trabalho repetitivo e algumas inconsistências aparecem nos dados, estas que não são explicáveis por pressupostos teóricos ou pela racionalização posterior.

Na construção dos roteiros das entrevistas, percebe-se algumas tendências subjetivas que merecem ponderação. Dois exemplos ilustram bem este ponto: (i) primeiro, na seleção de temas para análise, foi solicitada a avaliação de “Economia Nacional” e “Economia Pessoal” e não foram inseridos outros tipos de políticas públicas que possam ser mais significativas para indivíduos, caso apresentem processos decisórios caracteristicamente *issue driven*, ou seja, que votem por alguma temática específica que não a econômica. Mesmo inserindo a pergunta “Qual é o principal tema desta eleição?” em ondas posteriores, nenhum outro macro tema, como corrupção ou educação, foi avaliado emocionalmente. A ponderação da superestimação de fatores econômicos na avaliação dos indivíduos também está considerada na análise dos dados. Outro exemplo da subjetividade na construção do instrumento foi (ii) a seleção das características específicas utilizadas como estímulos para a conversa sobre os candidatos (Anexo 5). A seleção foi feita a partir de expressões utilizadas por grandes institutos de pesquisa para *surveys* eleitorais, mas não foi vinculada diretamente a nenhuma teoria psicológica ou linguística. A utilização das respectivas expressões também gerou ruído nas racionalizações posteriores.

Para a avaliação dos modelos de processo decisório eleitoral, as variáveis explicativas²⁷ são consideradas e analisadas tanto de forma espontânea como estimulada. A necessidade ocorreu após a primeira onda de aplicação, na qual muito das construções apresentadas pelos entrevistados não seguiu a ordem semiestruturada pelo roteiro da entrevista. Ou seja, após a exposição aos estímulos, alguns eleitores sentiam-se livres para abordar assuntos não estimulados pelas perguntas do roteiro.

Tal característica foi transplantada também para a estratégia de análise de dados: primeiramente, respeitando a ordem das questões propostas e, depois, abrindo as respostas dos entrevistados, complementando as transcrições quando necessário. Este conceito de “abrir as respostas”, indica a análise dos “nós de significado sem

²⁷ Cabe ressaltar que algumas referências utilizadas na operacionalização conceituam as variáveis de forma quantitativa. Destes autores, o trabalho extrai as dimensões propostas para mensuração, e não as escalas em si.

crivo da estruturação da pesquisa, intitulada como dimensão espontânea, e melhor explicada na seção que apresenta os resultados.

Todas as ponderações e limitações foram percebidas ao longo da aplicação do painel e não cabia à pesquisa a alteração de estratégia devido a sua presença. Todas as considerações dos elementos mencionados são feitas conforme possível na análise dos dados, esta que tem por objetivo descrever o comportamento dos eleitores acompanhado e, no máximo, adequar seu comportamento às categorias previstas na literatura. Pesquisas com intenções causais e inferenciais não sustentam muitos dos elementos destacados.

A próxima seção apresenta os achados a partir da análise dos contextos emocionais dos eleitores acompanhados.

4.4 O CONTEXTO EMOCIONAL DOS ELEITORES

A partir dos pressupostos teóricos sobre o comportamento da variável “emoções” durante eleições, é possível traçar um parâmetro esperado para os casos analisados. As observações feitas a respeito das mensurações emocionais e o agrupamento dos eleitores observados na pesquisa empírica seguem duas linhas principais: a da *Affective Intelligence* de Marcus, Mackuen e Neumann (2000) e a da teoria informacional do *Motivated Reasoning* de Taber e Lodge (2013).

No caso da teoria de Marcus, Mackuen e Neumann, com já mencionado no Capítulo 2, indivíduos em estados de ansiedade tendem a prestar mais atenção em informações políticas. Isso ocorre pois situações inesperadas ou não cotidianas ativam o sistema pré-cognitivo de vigilância, gerando ansiedade e mais atenção. Espera-se, portanto, que aqueles indivíduos não-familiares com questões políticas ao longo da campanha apresentem níveis de ansiedade maiores do que aqueles mais próximos aos temas políticos e, conseqüentemente, estejam mais atentos ao fluxo de informação eleitoral. No entanto, observando a análise de Pimentel (2007), que transporta a teoria para as eleições presidenciais nacionais, eleitores brasileiros ansiosos tendem a adiar a decisão da direção eleitoral²⁸. Assim, considerando a substituição do termo de “ansioso” por “tenso” e “preocupado” por questões linguísticas, como já mencionado, espera-se que eleitores com menor conhecimento político prévio mostrem-se mais tensos e que tais entrevistados demorem mais para formular suas decisões. Avançando um pouco mais, agregando a própria teoria de Lau

²⁸ Cabe a distinção que o trabalho de Pimentel é adepto da teoria de valência, onde emoções são tratadas de forma dicotômica na avaliação dos eleitores. Isso simplifica o contexto emocional individual e não pode verificar alguns pressupostos, como

e Redlawsk (2006), tais eleitores podem apoiar-se mais em elementos da dimensão da natureza da decisão, como suas redes sociais, sentimentos partidários ou a imagem dos candidatos na evolução de seu processo decisório eleitoral.

Na teoria de Taber e Lodge, os indivíduos tem suas decisões eleitorais influenciadas diretamente por filtros de *hot cognition*, que implica um processamento informacional influenciado ativamente por emoções. Para os autores, determinações prévias dos eleitores carregadas emocionalmente têm relação causal com a atenção e a retenção de informações. No presente estudo espera-se que, para alguns eleitores, exista predisposição a favor ou contrária a algum candidato e tal predisposição leve a retenção e mobilização de informações exclusivamente voltadas a reforço de seu posicionamento.

Para uma análise de dados mais confortável, os quadros discriminados sobre o contexto emocional de cada eleitor durante cada onde estão no Anexo 7. Cabe, no entanto, destacar as principais descobertas em relação aos diferentes indivíduos entrevistados. As próximas seções apresentam a análise dos contextos emocionais individuais, divididas em duas etapas: uma que analisa o contexto geral da eleição, como avaliações do Governo Federal, por exemplo; e outra que foca na análise que os entrevistados fizeram dos candidatos. A partir da combinação das duas etapas, os indivíduos são agrupados por tendência geral de comportamento. Tais agrupamentos serão usados na análise de conteúdo como forma de verificar indícios das teorias de *Affective Intelligence* e *Motivated Reasoning*.

i. Impressões Gerais

Observando as mensurações emocionais feitas pelos entrevistados, tanto sobre contexto geral da eleição como sobre os candidatos, a primeira coisa que fica clara é o aumento da capacidade de cada eleitor acompanhado em avaliar todos os tópicos propostos. Sem exceção, todos os entrevistados passam a avaliar mais intensamente cada elemento e passam a diferenciar cada vez melhor suas avaliações a respeito dos candidatos.

Em relação a aspectos amplos da mensuração emocional, fica claro que a intensidade do estímulo emocional é reflexo de características pessoais de cada entrevistado. Principalmente na primeira onda e independente do elemento analisado, é possível perceber a diferença entre eleitores mais “emotivos” e aqueles que não traduziam seus posicionamentos em emoções. Em termos de equilíbrio, alguns eleitores entendiam-no por níveis intermediários na mensuração emocional, medidos

entre 4 e 6 cm na escala de cinza, enquanto outros percebiam o equilíbrio na ausência de emoções. A Figura 4.1²⁹ apresenta a comparação entre os estímulos emocionais dos IDs 08 e 10, na primeira onda, em relação às avaliações que não dos candidatos. Fica claro que enquanto a eleitora ID08 tem baixos níveis de estímulo emocional, que são ainda menores ainda analisados os candidatos nesta mesma onda, o ID10 tem maior intensidade emocional em suas avaliações.

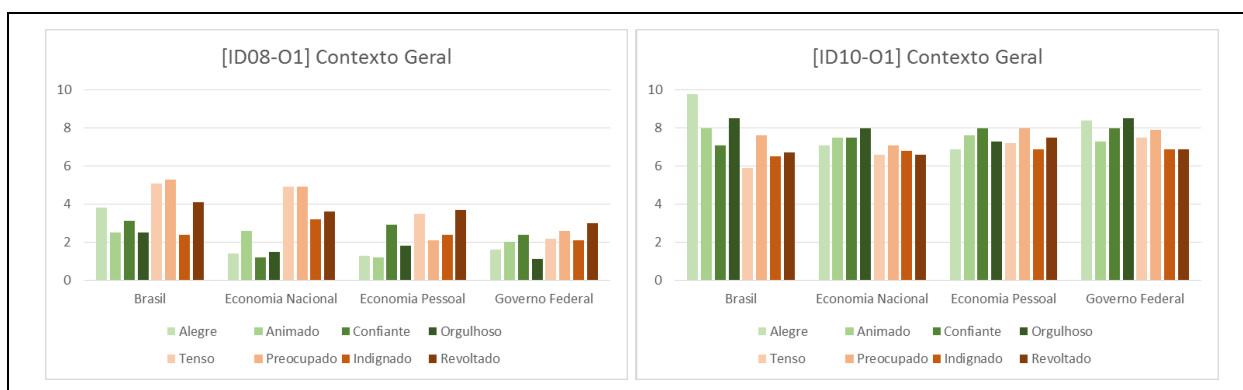


Figura 4.1. Comparação de ponto de equilíbrio em estímulos emocionais
 FONTE: A autora

Pensando na lógica da avaliação, não é possível observar nada muito claro a respeito do contexto dos dois eleitores pois todas as avaliações são muito próximas. Este padrão de subjetividade na intensidade do estímulo emocional, que repete-se para todos os eleitores, gera a primeira diretriz de análise emocional: indicados pela intensidade de algumas ou todas emoções entendidas como positivas em contraposição àquelas negativas, e vice-versa, são os contrastes que realmente fornecem informação comparativa sobre o posicionamento dos eleitores nas questões políticas.

Além da demonstração da intensidade de estímulo emocional como característica individual dos eleitores acompanhados, fica claro que os contextos emocionais, quando se adere a teorias dimensionais de emoção, são complexos e não excludentes. É possível que o eleitor não seja capaz de isolar um único estímulo emocional como predominante, o que pode evidenciar um de dois extremos: ou existe dificuldade na racionalização dos elementos ou tal racionalização é afetada pela ausência de um “filtro” emocional mais claro.

Na análise específica de candidatos, a complexidade do contexto emocional agrava-se com as diferentes dimensões de análise. Como prevê a variável de

²⁹ Todas as imagens são identificadas com uma chave que descreve “[Entrevistado-Onda] Avaliação”. Por exemplo, “[ID01-O3] Aécio Neves” represente a mensuração dos elementos referentes ao candidato Aécio Neves, pelo entrevistado ID01 na Onda 03.

“decomposição” dentro da dimensão de características cognitivas do eleitor, muitas vezes a realidade é tão complexa que o eleitor tem que se apoiar em um aspecto específico de um candidato e esquecer do todo. Isso, praticamente, quer dizer que se o eleitor não aprova a forma como o HGPE de algum candidato é construído mas aprova a forma como o candidato se comporta em debates, é a avaliação dos debates que será utilizada para a escolha do voto. A Figura 4.2 apresenta o posicionamento dos IDs 02 e ID14 nas avaliações dos candidatos para os quais direcionam seu voto.

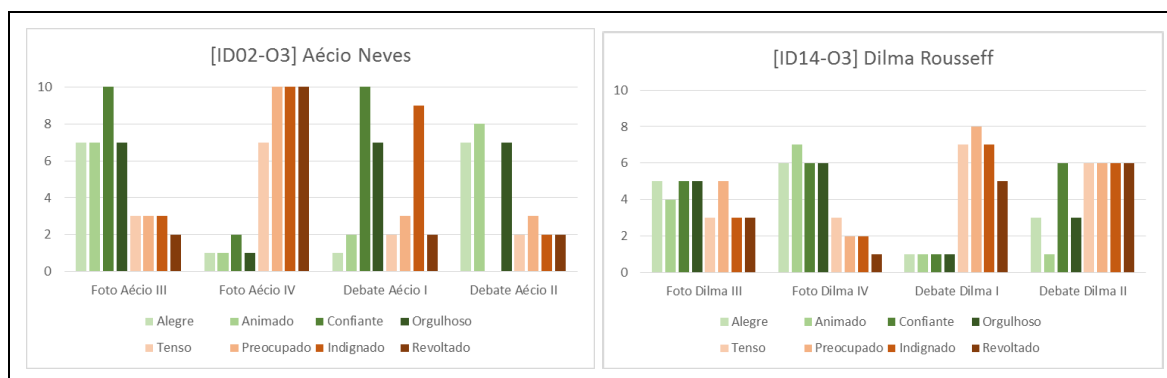


Figura 4.2. Evidência de decomposição em contexto emocional complexo
FONTE: A autora

Fica claro que, mesmo optando por determinado candidato, os eleitores destacados abaixo não têm blocos fechados na forma como compreendem seus desempenhos de campanha. Isso não implica que a convicção no voto é fraca, mas apenas que o cenário eleitoral é um ambiente complexo de alto fluxo informacional e, considerando o segundo turno à época da terceira onda exemplificada, a competição eleitoral já está muito bem definida e acirrada.

Esta tendência de estímulos emocionais contraditórios dentro da avaliação dos candidatos ocorre principalmente quando a avaliação previamente condicionada a respeito de um candidato mescla-se com a inserção de *issues* que interessam o eleitor. As seções a seguir aprofundam mais esse comportamento.

Na Figura 4.3, que demonstra o comportamento do ID01 durante a avaliação dos elementos que não candidatos na segunda onda, fica claro que podem existir momentos de análise bem definidos. É possível observar que existe uma avaliação negativa de todas as dimensões apresentadas pela diferença entre os estímulos entendidos como positivos e aqueles negativos. Ainda, é possível a análise de que, internamente, a visão da “economia pessoal” do indivíduo é tida como preocupante e revoltante, mas que não gera o cenário completo de estímulos emocionais intensos (incluindo tenso e indignado), situação que ocorre nas outras avaliações.

A Figura 4.3 também exemplifica bem a ideia de contraste, mencionada anteriormente. É através da contraposição entre avaliações positivas e negativas que

pode-se afirmar que o indivíduo tem uma formulação individual negativa a respeito dos temas avaliados.

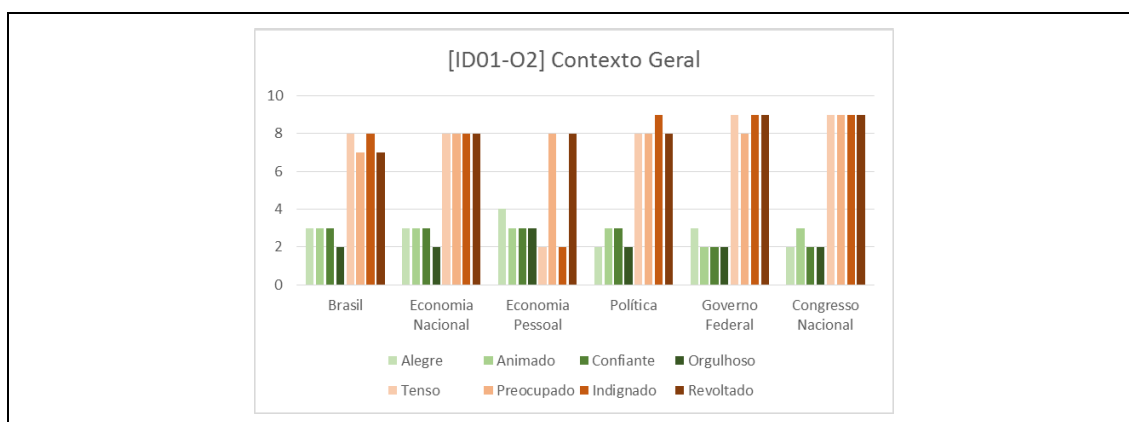


Figura 4.3. Exemplo de contraste de estímulos emocionais
 FONTE: A autora

Ao observar a evolução do contexto emocional, fica clara a intensificação dos estímulos emocionais, aliada ao aumento da capacidade de racionalização dos temas da eleição. A ID08 é um ótimo exemplo disso, descrita pela Figura 4.4.



Figura 4.4. Intensificação emocional ao longo do processo decisório eleitoral – ID08
 FONTE: A autora

Além do aumento gradual na intensidade do estímulo emocional, a eleitora ID08³⁰ também mostra a avaliação negativa em contraste de todos os elementos que não fazem referência aos candidatos.

Este posicionamento mais claro a partir da dicotomia do segundo turno é um indício do que Lau e Redlawsk afirma ser a simplificação da decisão, na natureza da decisão. A redução não apenas no número de candidatos para o pleito presidencial, mas também o distanciamento entre os candidatos, faz com que eleitores consigam posicionar-se melhor em relação a seu julgamento e tomada de decisão dos diferentes elementos da campanha eleitoral.

As próximas três seções apresentam aproximações de comportamento entre os eleitores em relação aos estímulos emocionais apresentados para o julgamento dos candidatos. Foram três principais padrões de contexto observados ao longo das três ondas: o julgamento por rejeição, julgamentos complexos como indício de decomposição e reorganização de cenário por necessidade de mudança de voto. Além disso, são destacados mais três casos isolados de comportamento.

ii. Julgamento definido pela rejeição

O primeiro grupo de eleitores observados passíveis de agrupamento é aquele que demonstrou predominância na rejeição de determinado candidato. Primeiramente, o grupo apresentou intensificação nos estímulos emocionais ao longo do painel e aumentos entrevistados ID04 e ID10 e as entrevistadas ID06 e ID08, mesmo avaliando positivamente o candidato para o qual declararam seu voto, nestes casos definido desde a primeira onda, apresentam maior consistência de julgamento em relação ao candidato de “oposição”, quaisquer que seja ele. A Figura 4.5 apresenta o exemplo da ID06.

³⁰ É necessário um apontamento a respeito de tal intensificação dos estímulos emocionais. ID08 foi, ao longo de todas as ondas, a entrevistada com maior nível de sofisticação política, seja pelo acesso que tem à mídia, seu interesse político e até mesmo sua capacidade de articular suas justificativas de avaliação e decisão. Em relação a outros indivíduos acompanhados, seus estímulos emocionais são muito mais baixos.

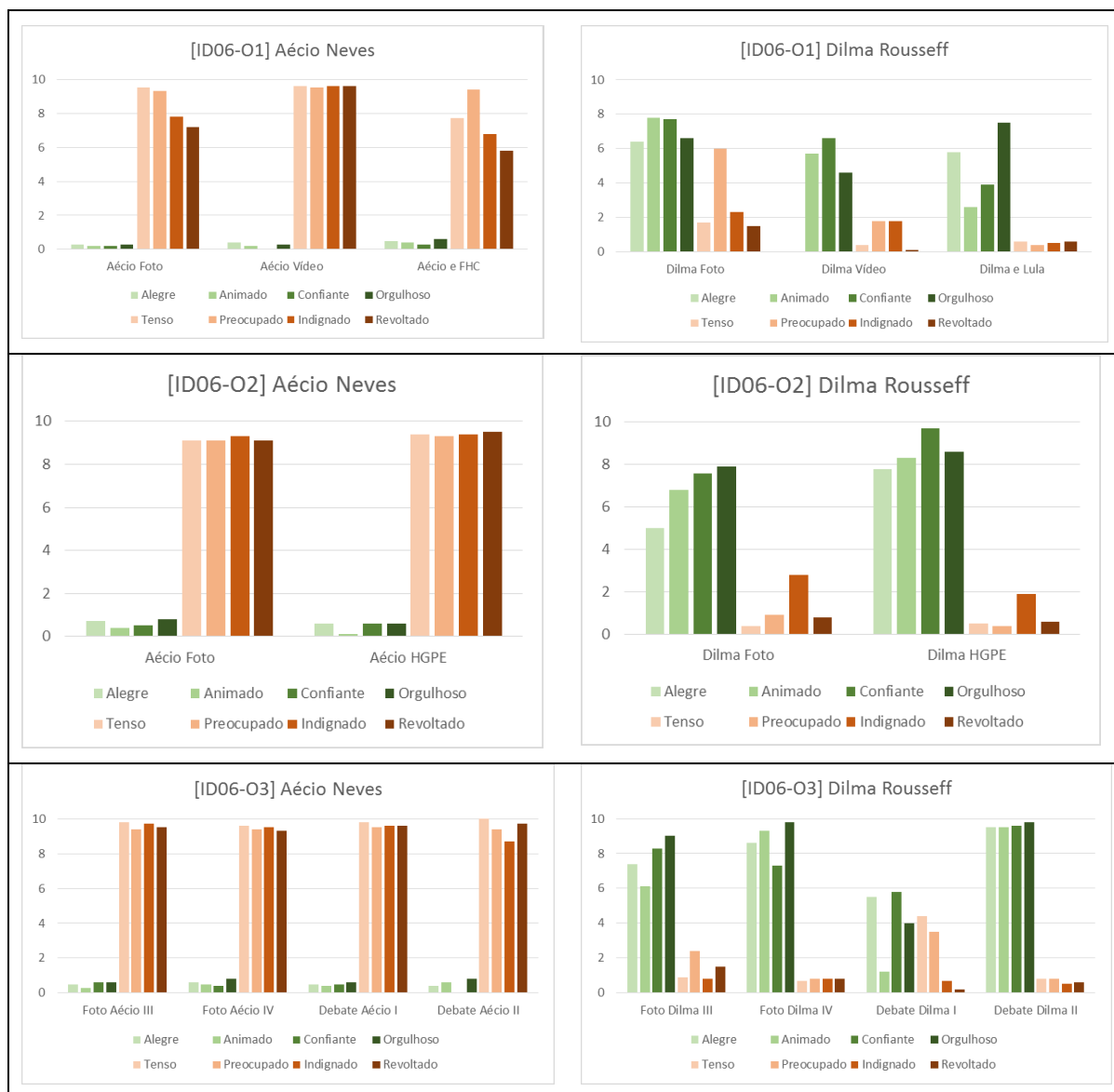


Figura 4.5. Consistência na avaliação de candidato pela rejeição (ID06)
 FONTE: A autora

A entrevistada demonstrou alta rejeição a Aécio Neves em todas as entrevistas. Posteriormente as justificativas verbais são melhor apresentadas, mas para exemplificar as formas como ela justificava seus posicionamentos emocionais, segue parte de sua avaliação.

Nossa, ele me passa um sentimento horrível. Ele me passa o sentimento de uma pessoa absolutamente elitista, que não pensa em ninguém, que só vai governar para gente rica. Tipo, eu, pessoalmente, venho de uma família que foi muito pobre, então para mim ele é tipo o patrão malvado, assim. Ele parece um patrão malvado que quer que os funcionários fiquem trabalhando para privilegiar ele e os gerentes assim, sabe? (...) Então, para mim, **a imagem dele é a pior possível.**

ID06, Onda 1. Avaliação de Aécio Neves.

Da mesma forma, ID04 e ID10, passam todo o painel reforçando sua avaliação emocional e posicionamento verbal majoritariamente contrários a algum candidato. No caso específico da entrevistada ID08, por uma característica pessoal de não traduzir suas impressões racionais em avaliações emocionais, é apenas última onda que a avaliação dos candidatos demonstra rejeição. No entanto, desde a primeira onda, a racionalização apresenta sua extrema rejeição à candidata mandatária.

iii. Tensão e preocupação e indícios de decomposição no processo decisório

Segundo a teoria de Marcus, Mackuen e Neumann, o aumento nos níveis de ansiedade ativa o sistema pré-cognitivo de vigilância e faz com que indivíduos prestem mais atenção e absorvam mais informações nas realidades eleitorais. São três casos dentre os entrevistados cujo aumento de tensão e preocupação, considerados aqui por adaptação linguística, impactam no julgamento dos candidatos. Para ID01, ID02 e ID14, o aumento da tensão eleitoral resultante na terceira onda gera indícios de “decomposição”. A Figura 4.6 apresenta o exemplo do ID02.

Como já mencionado nos capítulos anteriores, “decomposição” é uma variável das características cognitivas individuais, e especificamente do processo de decisão entre opções. Nele, os indivíduos obtêm um número maior de informações ao longo do tempo que geram julgamentos não-compensatórios, ou seja, em que a presença de uma avaliação negativa é ponderada junto a pontos positivos, ao invés de já excluir uma das opções. Praticamente, isso traduz-se na possibilidade do eleitor perceber elementos distintos, tanto positivos como negativos, e mesmo assim optar por um determinado candidato em sua decisão eleitoral.

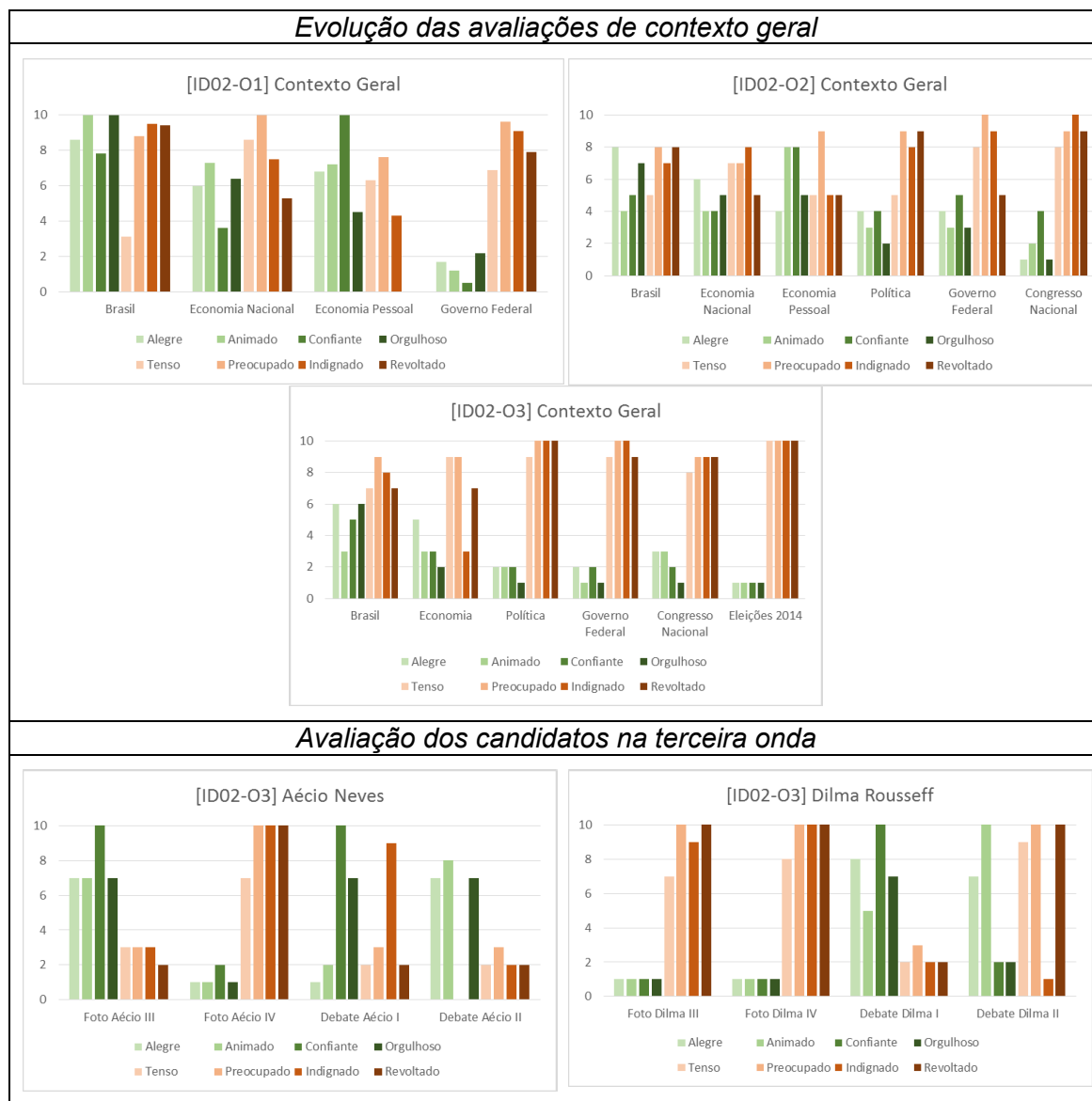


Figura 4.6. Índícios de decomposição pelo aumento de tensão individual
 FONTE: A autora

A Figura 4.6 destaca a evolução do contexto emocional em relação ao cenário geral avaliado pelo entrevistado ID02, e o julgamento feito a respeito dos dois candidatos no segundo turno. Fica claro a intensidade e aumento gradual nos níveis de tensão e preocupação ao longo do painel, assim como a dualidade na avaliação do segundo turno. O entrevistado ID02 é capaz de identificar pontos positivos e negativos em cada um dos candidatos e, mesmo assim, toma a decisão, verbalizada na etapa de racionalização da entrevista, por um dos dois. A discriminação entre decomposição e edição é feita em conjunto com a racionalização das entrevistas. É só percebendo que a ponderação de pontos positivos e negativos é generalizada ao longo do acompanhamento e não focada a algum *issue* específico que o elemento de tomada de decisão “edição” pode ser descartado. O trecho da entrevista abaixo demonstra isso.

“Isso aí é uma crítica que eu faço para **não só PT, mas para todo mundo**, porque eu acho que primeiro as pessoas vestem a camisa de um determinado candidato para depois vestir a camisa do Brasil, digamos assim. Se fosse um governo do PSDB, “ai, roubaram”... Roubamos, pode ter até ter havido roubo nesta gestão, mas na outra gestão que era do outro partido também teve. Então eles não ficam envergonhados com o que aconteceu com eles, mas eles tentam cutucar o outro. **Isso não é só PSDB, é PT, todo mundo faz.**”

ID02, Onda 3. Avaliação do Comportamento dos Eleitores em 2014.

Nesses três eleitores acompanhados, é possível perceber os dois elementos já mencionados. Primeiro, a intensidade de emoção como um todo aumenta conforme a eleição desenvolve-se. Mas, mais que isso, com a evolução de tensão e preocupação, surge a avaliação conflituosa dos candidatos na terceira onda, aplicada à época do segundo turno eleitoral.

Esses padrões de comportamento ocorrem com os entrevistados ID01 e a entrevistada ID14, mas cabe destaque de que ambos demonstraram baixíssimos níveis iniciais de conhecimento político e até mesmo de interesse pelas eleições. Isolar a análise emocional para verificar o aumento do conhecimento político ou eleitoral, como propõe a teoria da *Affective Intelligence*, verificado pela capacidade de decomposição, não é suficiente neste caso, uma vez que a avaliação dos candidatos que leva à decomposição como um dos mecanismos de escolha eleitoral pode ocorrer apenas pela ausência das informações coerentes. Resumindo, ao invés de ter mais conteúdo para julgar cada candidato, o que leva à incoerência, os eleitores podem não ter quase nenhum, o que gera confusão na hora de avaliar. Aliar esse indício com a racionalização, como feito na segunda parte da análise, pode resolver o problema.

iv. A reconstrução da decisão dos eleitores de Marina Silva

Um dos pontos mais abordados por Lau e Redlawsk nos elementos do processo decisório é a relevância da facilidade de decisão em relação ao enquadramento de indivíduos nos diferentes tipos de processo decisório. Com a substituição da candidatura do PSB por Marina Silva devido ao falecimento de Eduardo Campos, eleitores que buscavam nesta terceira via sua opção de decisão, tiveram um comportamento específico, em termos emocionais, ao longo da campanha. Da amostra acompanhada, as entrevistadas ID05 e ID15 são exemplos de tal comportamento. A Figura 4.7 exemplifica a forma de evolução da avaliação de Marina Silva ao longo da campanha.

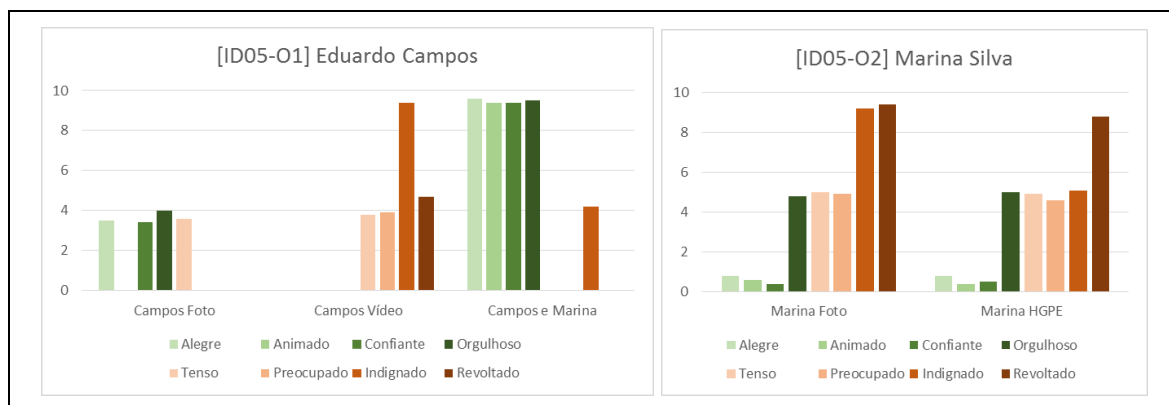


Figura 4.7. Comportamento emocional quando da reconstrução de decisão

FONTE: A autora

Como é possível observar, e que também ocorre com a entrevistada ID15, é através da Figura de Marina Silva no primeiro turno que a candidatura do PSB se tornava preferida. A entrevistada ID05 deixa isso bem claro quando afirma

“Então, que nem eu falei, os dois me passam humildade. Ele e ela, a Marina também. **Na verdade, eu queria que ela fosse a presidente, queria que fosse ao contrário.** Eu também acho ela muito inteligente, humilde também, igual a ele. Sabe falar mais a voz do povo não é que nem a Dilma que fala difícil que a gente não entende. Ela sabe falar mais a voz do povo. **Eu acho que ela vai ser uma boa presidente**”.

ID05, Onda 1. Avaliação Eduardo Campos junto a Marina Silva.

No entanto, entre a primeira e a segunda onda, com o desenrolar da campanha, as duas entrevistadas mudam sua avaliação emocional radicalmente em relação à Marina Silva, como também mostra a Figura 4.7. Tal avaliação emocional, no entanto, não foi coincidente com a racionalização do voto, uma vez que ambas afirmam que Marina seria uma boa presidente.

Nos dois casos, ocorre a transferência do voto de Marina Silva para Dilma Rousseff.

v. Dois casos isolados

Mesmo mostrando-se como caso único dentre os entrevistados, o comportamento da ID07 merece destaque, apresentado pela Figura 4.8, que mostra do lado esquerdo as avaliações do contexto geral e na coluna da direita, as avaliações específicas de Dilma.



Figura 4.8. O vínculo emocional ao candidato
 FONTE: A autora

Desde a primeira onda, a entrevistada posicionou-se perante a decisão eleitoral pela preferência intensa em relação à candidata Dilma Rousseff. A curiosidade, no entanto, encontra-se na desconexão entre as avaliações do Governo Federal e as avaliações de Dilma.

Fica claro que, para a entrevistada, o contexto geral observado nas eleições não é positivo, principalmente na segunda onda. Se qualquer forma, ao longo do painel, as avaliações que fez do Governo Federal são predominantemente negativas enquanto todas as avaliações de Dilma são, em contraste muito positivas. Intitular esse comportamento como vínculo emotivo com o candidato vem aliado a alguns momentos da racionalização em que mais do que justificativas “racionais” são explicitadas, como

“(...) eu sou suspeita para falar dele porque **eu sou muito fã** dela, gosto do governo dela, para mim está tudo certo”.

ID07, Onda 1. Avaliação de Dilma Rousseff.

“Eu acho que ela continua a mesma, que ela tem garra mesmo, que ela é guerreira. Então eu acho que ela está na luta, né? Eu cheguei a ir na praça aqui quando ela veio para Curitiba, eu estava com uma amiga minha que não gosta dela, ela votava pro Aécio. Mas eu queria mesmo era ter tirado uma foto com ela, mas tinha que trabalhar à tarde, fiquei até triste. Que saco, eu queria ter visto, **eu gosto dela, gosto mesmo**”.

ID07, Onda 3. Evolução de Dilma na campanha.

A forma como a entrevistada se aproxima da candidata Dilma, portanto, aparenta ser mais emotivo e por empatia do que vinculado a justificativa de avaliações de governo retro ou prospectivas. Pela teoria de Taber e Lodge espera-se que este tipo de comportamento emocional gere racionalizações enviesadas em favor da mandatária³¹. Tal pressuposto é levado em consideração na próxima seção, quando os dados das entrevistas são esmiuçados.

O segundo caso que não se enquadra nas categorias proposta é a do entrevistado ID03, que cria um contexto de avaliações majoritariamente negativas de todos os candidatos, sem tomar uma decisão clara até a última onda. A Figura 4.9 mostra a evolução de suas avaliações a respeito dos candidatos.

³¹ A primazia da emoção em detrimento à cognição é pressuposto da teoria de Taber e Lodge e não da presente pesquisa. Como já mencionado, uma vez que a ausência de uma metodologia experimental impossibilita relações causais, não é possível afirmar para os eleitores observados em 2014 o que vem antes, se a emoção positiva ao governo Dilma ou a

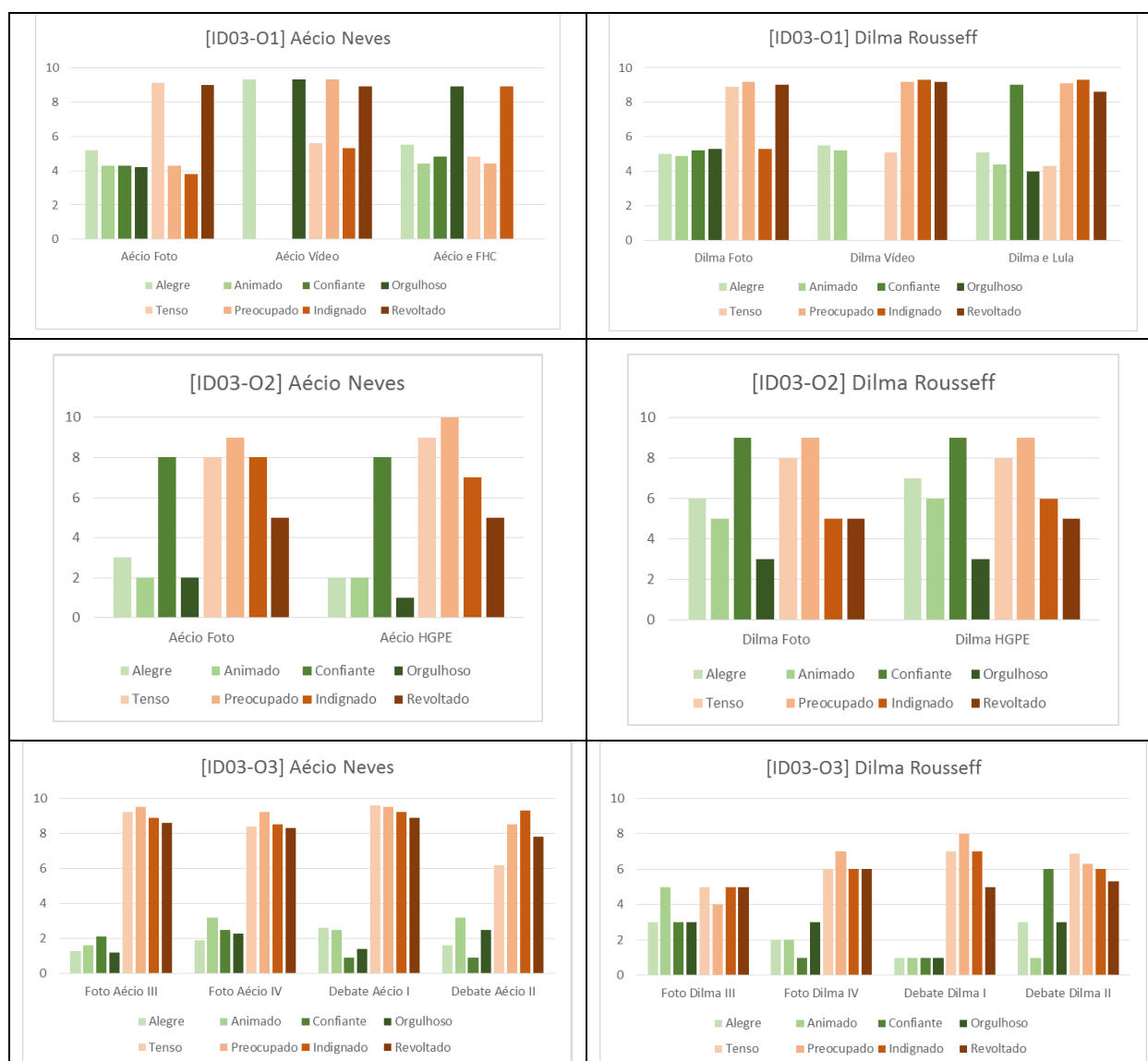


Figura 4.9. A aversão a todos os candidatos – ID03
 FONTE: A autora

Mesmo com construções muito complexas a respeito do contexto emocional, com a complementação da etapa de racionalização, fica claro o posicionamento de aversão do entrevistado, como segue o trecho

“Debate é melhor que aquelas propagandas. Ali eles deixam escapar quem eles são. É ali que você vê a safadeza do Aécio e a cara de pau da Dilma. **É ali que você percebe que nada na sua vida vai mudar se nenhum deles ganhar. Normal isso né?** Mas tem muita gente ainda que não vê essas coisas e ainda acha que as coisas podem melhorar”.

ID03, Onda 3. Avaliação sobre os Debates.

A próxima sessão apresenta a análise de conteúdo das entrevistas em profundidade, na qual são levadas em consideração as variáveis do modelo explicativo construído a partir de Lau e Redlawk.

4.5 ANÁLISE DE CONTEÚDO E AGRUPAMENTO DO COMPORTAMENTO DOS ELEITORES

A análise do contexto emocional dos indivíduos já forneceu alguns indícios de como os entrevistados processaram as eleições presidenciais de 2014. Cabe à análise de conteúdo descrever a racionalização feita dos elementos avaliados e tentar encontrar alguma relação com tais avaliações emocionais³².

É possível segmentar a análise do conteúdo das entrevistas em dois principais níveis, que partem da observação dos contextos emocionais. O primeiro, entendido aqui como (i) *forma de comportamento*, é aquele no qual os indivíduos mobilizam variáveis distintas para a construção de seu voto. É possível esperar, por exemplo, que um indivíduo com alto contraste na avaliação dos candidatos ao longo das três ondas, como aqueles do grupo explicita rejeição, utilize mais o recurso de “edição” do que de “decomposição” nas ferramentas de escolha. Pressupõem-se isso pois, segundo as teorias de *motivated reasoning* de Taber e Lodge, quando o posicionamento do eleitor é muito claro em relação a algum dos participantes do pleito, ele não tende a utilizar ferramentas que ponderem todos os elementos, mas foca a justificativa de sua decisão exclusivamente nos pontos positivos de quem escolheu, ou da mesma forma, nos pontos negativos de quem não escolheu. Assim, a forma de comportamento analisa a mobilização distintas de variáveis, considerando-as como binárias em primeiro momento.

O segundo nível para a previsão de comportamento compreende o (ii) *conteúdo da decisão* e a direção específica do voto. Ela aprofunda mais, analisando as categorias de cada variável mobilizada, e não necessariamente é visível através do contexto emocional. Um indivíduo, por exemplo, que tem alto conhecimento político, por ter mais informações disponíveis em questões de memória operacional, tende a mobilizar mais “representatividade” como heurística de julgamento do que “disponibilidade”, pois é capaz de ir além de seu microcosmos, criando cenário de previsibilidade de comportamento.. Ao invés de apenas mencionar situações que

³² Não se propõem relações inferenciais ou causais. Em alguns casos, no entanto, é coincidente o comportamento dos indivíduos quando analisada a avaliação de contexto emocional e a respectiva racionalização. Quando destaca a “relação” entre as duas dimensões de análise, é tal coincidência que é destacada.

acontecem em seu cotidiano, ele consegue categorizar comportamentos e prever atitudes baseado em tal categorização.

Mais exemplos e utilizações de tais níveis de análises estão dispostas ao longo do capítulo. As próximas sessões apresentam (i) a análise geral das associações entre os indivíduos entrevistados, mostrando tendências gerais de comportamento assim como a análise longitudinal da evolução do processo decisório individual; (ii) um agrupamento dos entrevistados conforme o comportamento apresentado ao longo do painel; e (iii) a exposição das coincidências encontradas entre a avaliação de contexto emocional e a racionalização analisada, entendidas como relações entre emocional e racional, para o conjunto de dados analisados.

Para análise dos dados, as transcrições das entrevistas foram manipuladas utilizando o software QSR NVivo 10. O conteúdo das respostas foi indexado, inicialmente, a partir de nós de significado traduzidos das variáveis do modelo explicativo tratadas como binárias. A mobilização de uma variável para justificar algum elemento do processo decisório eleitoral gerava a codificação de tal nó, visando a análise da forma de comportamento. Como já exemplificado, assim mesmo com alto ou baixo conhecimento político, é possível enquadrar em mesmos grupos indivíduos que tem na sofisticação política o foco de sua diferenciação. A importância desta etapa inicial é distinguir quais elementos do ciclo de processo decisório delimitado por Lau e Redlawsk foram mais presentes na verbalização individual ao longo das entrevistas, ponderando a estimulação específica dos roteiros utilizados.

O agrupamento inicial dos diferentes indivíduos foi feito através do coeficiente de Sørensen–Dice. Utilizado como medida de comparação entre duas amostras, ele compara a presença e ausência de determinada característica em dois grupos distintos, buscando a similaridade entre eles. Ele pode ser calculado como:

$$S_s = \frac{2com}{(2com + excl_1 + excl_2)}$$

Onde:

S_s = Coeficiente de Similaridade de Sørensen–Dice;

com = Número de variáveis presentes comuns aos dois grupos;

excl₁ = Número de variáveis exclusivas ao primeiro grupo;

excl₂ = Número de variáveis exclusivas ao segundo grupo.

O coeficiente fornece um intervalo de [0,1] que indica o quão similar são os dois grupos comparados em relação às determinadas características selecionadas. No caso específico da pesquisa, são analisadas as similaridades de mobilização de variáveis de processo decisório (codificação) entre indivíduos em cada onda,

buscando a evolução do comportamento. A partir dos coeficientes de similaridade, são gerados dendogramas de aproximação por onda, que resumem as interações nas comparações dos indivíduos. Em busca de tendências gerais, são analisadas as médias dos coeficientes, em cada par de interação dos indivíduos por onda aplicada. Com estas médias foi possível a delimitação da primeira categorização da etapa de racionalização. A partir de tais pressupostos iniciais, parte-se para a análise longitudinal da cobertura percentual de codificação em cada uma das entrevistas, e suas exemplificações.

i. Análise geral de associação entre indivíduos

Na distribuição dos coeficientes de Sørensen–Dice ao longo das três ondas, foi possível observar as estatísticas descritivas observadas no Tabela 4.1

Tabela 4.1 – Estatística Coeficientes Sørensen–Dice (Longitudinal)				
<i>Estatística</i>	<i>Onda 1</i>	<i>Onda 2</i>	<i>Onda 3</i>	
N	55	55	55	55
Média	0,52	0,56	0,53	0,53
Mediana	0,5	0,56	0,5	0,5
Desvio padrão	0,12	0,11	0,13	0,13
Mínimo	0,24	0,31	0,21	0,21
Máximo	0,73	0,84	0,8	0,8

FONTE: A autora (Dados gerados em QSR NVivo 10)

Os onze entrevistados geraram 55 (cinquenta e cinco) interações por onda, mensuradas através de um coeficiente de Sørensen–Dice. Dentre as nove variáveis de categorização, foram feitas 1.075 classificações ao longo do painel. Observando as médias das interações entre a primeira e a segunda onda, observa-se o aumento das similaridades, com o aumento da mediana. Isso implica, como esperado, que com a proximidade do primeiro turno de votação, os eleitores acompanhados começaram a comportar-se de maneira similar na construção de seu voto. No entanto, entre o primeiro e o segundo turno, este mensurado através da terceira onda, a similaridade entre os grupos é reduzida. Mesmo considerando que todos os coeficientes diminuíram um pouco, foi possível perceber que a queda se deu, principalmente, pelo deslocamento do ID03, que se afastou em similaridade dos outros indivíduos. As especificidades do deslocamento são discriminadas na exploração da cobertura percentual.

A evolução no agrupamento dos indivíduos pode ser observada através dos dendogramas de similaridade de codificação em cada onda, explicitados na Figura 4.10. Através apenas dos gráficos, cabe algumas observações. A primeira é a relação

direta, desde a primeira onda, entre os ID06 e ID10. A partir da segunda onda, eles ainda se agregam ao ID08 em uma categoria consistente. Ainda, a ID05 e a ID15, mesmo não estando na mesma chave final, sempre estão na mesma chave macro do dendograma.

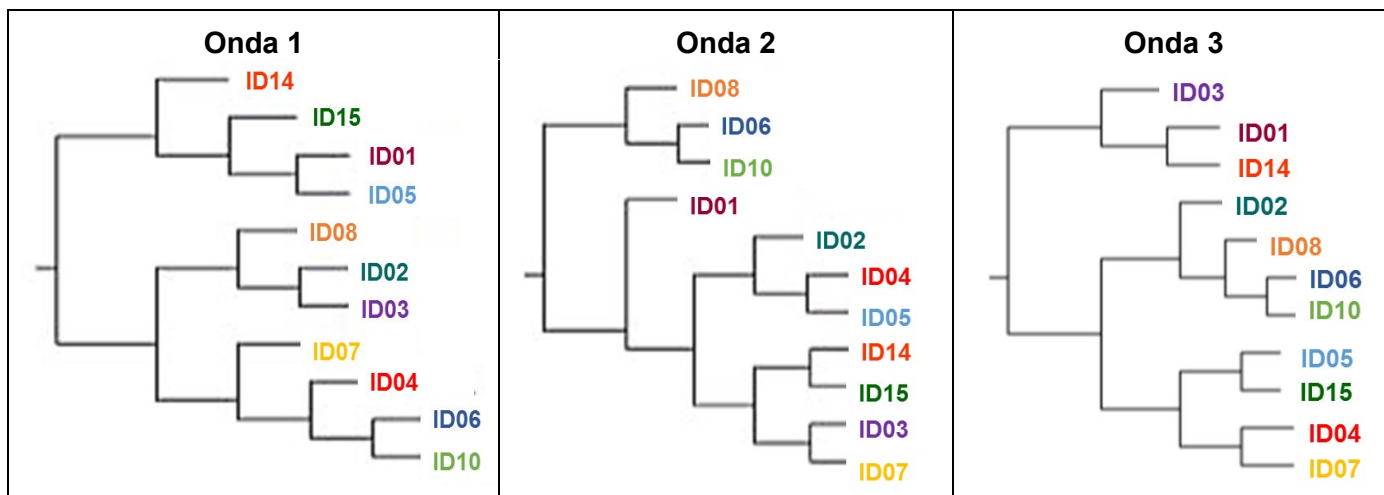


FIGURA 4.10 – Dendograma de Similaridades de Codificação (Longitudinal)
 FONTE: A autora (Dados gerados em QSR NVivo 10)

Para compreender melhor o porquê dos agrupamentos entre indivíduos, é necessário analisar a Cobertura Percentual que cada variável, medida pelos nós de significado, teve nas entrevistas transcritas. Antes, no entanto, a complementação da análise dos dendogramas vem com a discriminação dos coeficientes de Sørensen–Dice para cada par de interação. Como forma de criar um resumo longitudinal de similaridade, foram calculadas as médias dos coeficientes para cada interação, buscando quais indivíduos se aproximaram mais ao longo do painel. A partir destas médias, foi possível distinguir dois níveis de intensidade de similaridade. O primeiro grupo, intitulado “Grupo A”, é formado pelos indivíduos ID02, ID06, ID08 e ID10 e tem a média de seus coeficientes discriminada pelo Quadro 4.2. Ele representa os indivíduos mais parecidos ao longo das três ondas, destacados através das maiores médias de coeficiente.

Quadro 4.2 - Evolução dos Coeficientes de Sørensen–Dice - Grupo A (Longitudinal)						
Fonte A	Fonte B	S _{s01}	S _{s02}	S _{s03}	Média	
ID10	ID06	0,73	0,84	0,80	0,79	
ID10	ID08	0,72	0,77	0,78	0,76	
ID10	ID02	0,71	0,68	0,72	0,70	
ID06	ID02	0,73	0,56	0,75	0,68	
ID08	ID06	0,59	0,65	0,76	0,67	
ID08	ID02	0,64	0,61	0,73	0,66	

FONTE: A autora (Dados gerados em QSR NVivo 10)

Ao analisar o Grupo A, fica clara a similaridade entre o ID10 e os outros três indivíduos. Outro ponto relevante é que ID02, na segunda onda, reduz o coeficiente em relação a todas as relações destacadas. Todas as interações têm coeficiente acima da média e mediana acima do valor ponderado por onda e descrito previamente pela Tabela 4.1.

O próximo nível de análise engloba os indivíduos ID01, ID04, ID05, ID07, ID14 e ID15, formando o Grupo B discriminado pelo Quadro 4.3. Eles representam um nível menor de similaridade, mas suas interações ainda são muito próximas.

Fonte A	Fonte B	S _{s01}	S _{s02}	S _{s03}	Média
ID05	ID04	0,48	0,75	0,70	0,64
ID15	ID05	0,57	0,56	0,78	0,64
ID14	ID01	0,67	0,58	0,64	0,63
ID07	ID04	0,50	0,71	0,64	0,62
ID15	ID07	0,50	0,65	0,64	0,60
ID05	ID01	0,69	0,48	0,57	0,58
ID14	ID04	0,50	0,65	0,58	0,58
ID14	ID05	0,52	0,71	0,48	0,57
ID15	ID14	0,50	0,71	0,50	0,57
ID07	ID05	0,37	0,65	0,69	0,57
ID14	ID07	0,45	0,67	0,53	0,55
ID15	ID01	0,55	0,56	0,50	0,54
ID04	ID01	0,62	0,48	0,48	0,53
ID15	ID04	0,33	0,69	0,55	0,52
ID07	ID01	0,5	0,59	0,46	0,52

FONTE: A autora (Dados gerados em QSR NVivo 10)

O que merece ser destacada no Grupo B é a grande oscilação de coeficientes entre ondas, sem padrão aparente. O único indivíduo não representado nos dois níveis propostos é ID03, por sua distância grande em todas as interações que se envolve.

Buscando explicar tais relações entre indivíduos, o Quadro 4.4 apresenta a Cobertura Percentual das codificações por indivíduo em cada onda.

Quadro 4.4 – Cobertura percentual dos nós por entrevistado (Longitudinal)										
ID	Onda	Sofisticação Política	Redes Sociais	Sentimento Partidário	Imagem Candidato	Heurística de Julgamento	Processos de Categorização	Decomposição	Edição	Heurística Eleitoral
ID01	O1	8,74%	-	-	47,02%	2,26%	9,81%	17,26%	11,02%	7,05%
	O2	5,94%	1,89%	-	-	7,41%	12,85%	-	6,29%	1,89%
	O3	8,84%	16,67%	-	10,84%	22,79%	-	-	3,34%	-
ID02	O1	11,36%	1,41%	1,18%	8,65%	1,03%	5,00%	1,35%	11,70%	6,61%
	O2	1,96%	3,86%	1,23%	10,87%	17,04%	3,98%	2,26%	6,61%	-
	O3	15,20%	10,46%	-	20,14%	21,89%	-	8,57%	2,24%	2,37%
ID03	O1	1,71%	0,79%	1,08%	2,24%	8,96%	4,27%	-	26,14%	2,36%
	O2	7,49%	-	-	15,91%	0,81%	6,44%	5,82%	17,31%	-
	O3	-	-	-	12,90%	30,64%	5,68%	-	8,09%	-
ID04	O1	2,33%	-	1,17%	9,14%	2,13%	4,74%	-	54,22%	-
	O2	14,24%	4,12%	-	17,14%	1,55%	1,34%	3,18%	14,50%	2,46%
	O3	8,51%	-	0,74%	22,35%	21,12%	-	-	-	5,51%
ID05	O1	6,61%	9,87%	-	11,35%	2,34%	1,67%	-	15,09%	9,60%
	O2	10,63%	8,90%	-	9,35%	5,68%	-	3,10%	8,73%	2,46%
	O3	12,70%	5,87%	-	8,92%	33,63%	-	-	-	13,02%
ID06	O1	0,88%	1,73%	0,60%	19,63%	2,11%	2,73%	16,76%	42,14%	-
	O2	40,36%	-	-	18,83%	4,73%	3,98%	1,37%	8,35%	1,38
	O3	30,58%	1,48%	-	10,34%	15,53%	-	1,20%	4,51%	348
ID07	O1	3,73%	-	2,25%	14,61%	4,31%	3,02%	-	33,17%	3,95%
	O2	1,09%	5,22%	-	10,15%	23,00%	8,13%	1,34%	9,18%	-
	O3	7,51%	4,06%	-	12,85%	25,89%	-	-	3,14%	17,82%
ID08	O1	35,77%	-	3,63%	11,04%	3,81%	-	3,72%	38,65%	0,78%
	O2	34,32%	-	7,97%	7,97%	10,37%	11,70%	-	17,97%	5,96%
	O3	25,52%	-	13,84%	10,67%	17,92%	8,67%	3,74%	6,78%	-
ID10	O1	2,97%	-	-	26,09%	3,91%	3,38%	14,62%	14,38%	4,36%
	O2	34,38%	-	2,53%	8,28%	13,07%	2,56%	9,30%	8,50%	2,47%
	O3	28,81%	4,81%	-	25,70%	14,06%	12,03%	10,46%	7,35%	7,19%
ID14	O1	2,13%	-	-	8,15%	14,77%	9,77%	-	10,63%	-
	O2	7,06%	2,12%	-	16,80%	10,46%	4,87%	-	1,34%	2,62%
	O3	12,00%	-	0,96%	10,39%	27,43%	1,00%	3,55%	8,39%	1,95%
ID15	O1	10,23%	-	-	9,79%	11,18%	5,92%	-	12,44%	3,78%
	O2	13,99%	1,98%	-	2,17%	24,91%	10,81%	4,11%	1,79%	11,38%
	O3	12,94%	7,24%	-	5,84%	20,83%	-	3,89%	-	18,81%

FONTE: A autora (Dados gerados em QSR NVivo 10)

Como já mencionado, as codificações eram realizadas quando um indivíduo mobilizava determinada variável em sua construção de processo decisório eleitoral. As variáveis mensuradas e suas categorias, foram: na *natureza da decisão*, (1) sofisticação política (alto e baixo acesso à mídia, alto e baixo conhecimento político e alto e baixo interesse por política)³³; (2) redes sociais (reprodução de julgamento de grupos sociais); (3) sentimento partidário (identificação ou rejeição ao PT); (4) imagem dos candidatos (imagem política/pessoal positiva/negativa); e nas *características cognitivas individuais*, (5) heurísticas de julgamento (representatividade, disponibilidade e ajuste e ancoragem); (6) processos de categorização; (7) decomposição; (8) edição; e (9) heurísticas eleitorais (referência afetiva, endosso, familiaridade, hábito e viabilidade).

Para poder agrupar os indivíduos por comportamento, é necessário a exemplificação de mobilização de cada uma das variáveis. Começando com a natureza da decisão, o Quadro 4.5 delimita trechos de entrevistas que ilustram a orientação na indexação.

Quadro 4.5 – Exemplos de mobilizações de variáveis de “natureza da decisão”		
Sofisticação Política		
ID08	O1	ALTO CONHECIMENTO POLÍTICO Na hora que você pega a contabilidade pública com um monte de regras esquisitas que os caras andaram fazendo, quando você pega os contingenciamentos que são feitos à maneira de burlar um controle do legislativo sobre o orçamento do país, quando você pega o tal dos créditos adicionais, aqueles créditos orçamentários adicionais que são abertos para suprir necessidade de urgência, emergência e calamidade pública, isso é feito de maneira irresponsável e acaba desvirtuando todo o projeto de orçamento que foi apresentado e que o legislativo aprovou, ele que em tese representaria o povo e que aprovou dizendo que aquele orçamento é o bom, mas que não é executado. O que a gente tem visto é que 30% do orçamento projetado é executado, 70% do que é executado não foi projetado. Então como você pode achar que existe seriedade em quem está tomando as decisões da macroeconomia no país.
ID02	O2	BAIXO INTERESSE POLÍTICO Eu não sou muito por dentro da política, aí às vezes eu prefiro nem falar nada porque eu não sei o que argumentar.
ID04	O2	BAIXO ACESSO À MÍDIA Eu procuro, às vezes mesmo, estar olhando o horário eleitoral. Essa é a única via que eu procuro. Eu não procuro ler em jornal, buscar na internet, é mais no horário eleitoral. Isso quando eu resolvo assistir, ou pego um pedacinho.
Redes Sociais		
ID14	O2	Mas de ponto negativo, eu fui perguntar para a minha irmã e ela me disse que o Aécio, quando ele estava na Câmara, não fez muito boas coisas e ela falou que ele era um cheirador de pó. Aí eu fiquei com isso na cabeça.
Sentimento Partidário		
ID04	O1	Enfim, eu também nunca fui partidário do Partido dos Trabalhadores.
Imagem dos Candidatos		

³³ Principalmente quando as variáveis do modelo explicativo eram categóricas ordinais, é necessário ponderar a subjetividade do pesquisador em avaliar determinada mobilização. Como todas as classificações foram feitas exclusivamente pela autora, os resultados ainda são comparáveis.

ID06	O2	IMAGEM POLÍTICA POSITIVA É que ela é bem tecnocrata assim né? Ela é uma ótima gestora, quando ela tem que tomar decisão eu acho que ela é muito boa, muito coerente.
ID05	O1	IMAGEM PESSOAL NEGATIVA/POSITIVA Que nem a Dilma, eu acho ela muito inteligente, mas não tem humildade.

FONTE: A autora

Considerando que a utilização das categorias de “sofisticação política” é transversal a quaisquer perguntas feitas nas entrevistas, além de ser maior o número de opções para classificação, a análise de sua porcentagem percentual deve ser ponderada na análise. Dos valores do Quadro 4.3, as classificações de alto acesso à mídia, alto conhecimento e alto interesse políticos são coincidentes dos entrevistados ID02, ID06, ID08 e ID10. Pode-se considerar este o primeiro indício da similaridade contida dentro do grupo e validada pelos coeficientes.

De todas as outras variáveis da dimensão de “natureza da decisão”, a “imagem do candidato”³⁴ é à que mais remete o julgamento e tomada de decisão dos indivíduos. Mesmo sendo utilizada como forma de julgamento mais evidente, uma vez que boa parte da construção da campanha girou em torno da construção, ou destruição, da imagem dos candidatos é possível perceber que muitos entrevistados utilizam a imagem como filtro para considerar questões políticas. A criação de vínculos de empatia com os indivíduos acompanhados abria possibilidades para os candidatos. A imagem, portanto, não era utilizada apenas como um atalho para julgamento por indivíduos com baixa sofisticação; mas como análise inicial do contexto eleitoral. O trecho da entrevista da ID05 abaixo demonstra a questão de relação de empatia que abre porta para relação política.

Que nem, ele parece que **ele é um inteligente morando lá onde eu moro**, na favela. Que ele sabe a necessidade do povo. Eu queria votar nele porque eu achei ele inteligente e humilde ao mesmo tempo.

ID05, Onda 1. Avaliação de Eduardo Campos.

Com representação bem inferior na categoria, “redes sociais” e “sentimento partidário” mostram-se características exclusivas de alguns indivíduos. Os ID01, ID05, ID07 e ID15 são entrevistados que tem menor acesso à informação política, principalmente menos contato com mídia em geral. É através das informações que

³⁴ Por questões de super consideração, as respostas Às avaliações de características dos indivíduos não foram incluídas na classificação da variável de “imagem do candidato”. Isso ocorreu pois ficou claro em todas as entrevistas que só ocorria a repetição das terminologias utilizadas, sem nenhuma proposição nova.

eles recebem de sua rede, principalmente de sua família, que eles conseguem formular alguns julgamentos, principalmente através de disponibilidade.

No caso do “sentimento partidário”, nenhum dos entrevistados demonstrou identificação pelo Partido dos Trabalhadores (PT), ou qualquer partido, e apenas no caso da entrevistada ID08 a rejeição ao PT foi algo mais presente. A maior parte dos entrevistados, quando indagados sobre a relevância dos partidos no Brasil, fez referência a sua importância como meio eleitoral e não como instituição política de representação.

Eu acho que eles não fazem diferença não, **acho que não tem diferença nenhuma**. Eu acho que o cargo que eles vão ocupar lá, para ver o que eles vão poder fazer, é mais importante.

ID15, Onda 2. Importância dos Partidos.

Na dimensão de “características cognitivas individuais”, o Quadro 4.6 exemplifica a classificação das variáveis de “ferramentas de julgamento”.

Quadro 4.6 – Exemplos de mobilizações de variáveis de “características cognitivas individuais”, “ferramentas de avaliação”		
Heurísticas de Julgamento³⁵		
ID06	O1	REPRESENTATIVIDADE Ele parece um patrão malvado que quer que os funcionários fiquem trabalhar para privilegiar ele e os gerentes assim, sabe? Eles vão ganhar bastante e o funcionário vai só trabalhar.
ID04	O2	DISPONIBILIDADE Que nem aqui, gente do Bolsa Família vindo para cá com carro melhor do que o meu. Carro melhor que a mãe trouxe a criança para pesar para o Bolsa Família.
Processos de Categorização		
ID03	O1	Assim, a política hoje em dia só quer para eles, só quer para eles, não tem investimento no próprio cidadão. Hoje tudo que se vê é esse pessoal filmando, pegando eles com a mão na botija. É em tudo, é dinheiro na cueca, é dinheiro na calcinha.

FONTE: A autora

Retomando a Cobertura Percentual do Quadro 4.4, fica claro que as heurísticas de julgamento ganham mais importância no discurso dos entrevistados conforme a eleição acontece. Como já mencionado, a principal diferença entre a heurística de representatividade e os processos de categorização é a característica de prospecção do primeiro elemento. Das 238 classificações de “ferramentas de avaliação”, 68 (28,57%) são de “processos de categorização”, 82 (34,45%) são de “representatividade” e 88 (36,97%) são de disponibilidade.

Boa parte dos elementos de representatividade ao longo do painel foram mobilizados como forma de categorizar um “comportamento típico de políticos”.

³⁵ Em nenhuma das entrevistas, a heurística de julgamento “ajuste e ancoragem” foi mobilizada como atalho cognitivo de avaliação.

O pessoal anda falando mais das coisas, mas só quer falar do seu lado. **É como se algum candidato fosse salvar alguma coisa, eles não vão.** Eles só querem ganhar o pedaço deles das coisas, chegar mais alto para ganhar mais. Não adianta ficar colocando sua honra defendendo nenhum deles, não vale a pena.

ID03, Onda 3. Motivos para Escolha do Voto.

É possível perceber nos indivíduos que sofisticação política modifica a forma como as representações são mobilizadas e até aumenta a capacidade de julgamento por representação, em oposição à categorização e ao julgamento apenas por disponibilidade. No entanto, um aumento de sofisticação não implica imparcialidade na construção das representações. O reforço de posicionamento é resgatado quando a análise emocional é cruzada com a racionalização.

Finalmente, fica claro na análise de entrevistadas de indivíduos com menor sofisticação política, que mobilizar heurísticas de representatividade é algo difícil em eleições presidenciais por se tratar de um tópico mais distante da realidade pessoal, o que leva os indivíduos a avaliar candidatos por disponibilidade, da forma que conseguem. O trecho da entrevistada ID15 demonstra isso.

Algumas pessoas que são mais entendidas prestam atenção sim nesses negócios de governo. E às vezes acho até possível mudar o voto por causa disso. Mas eu pessoalmente não assisti nenhum, para falar bem a verdade eu não tenho nem paciência. **Para governador e deputado federal a gente assistia porque né? Porque era mais daqui,** mas agora deles eu não sei.

ID15, Onda 3. Importância de Proposta de Governo.

Para completar a análise das “características cognitivas individuais”, o Quadro 4.7 resume alguns trechos das variáveis de “ferramentas de escolha”.

Quadro 4.7 – Exemplos de mobilizações de variáveis de “características cognitivas individuais”, “ferramentas de escolha”		
Decomposição		
ID02	O3	Mesmo eu que sou meio centralizado, não tomo dores pela Dilma ou pelo Aécio.
Edição		
ID10	O3	Os argumentos para votar na Dilma é manter o que está. Queria acreditar que existe conteúdo nisso, mas não acredito. Não é medo de mudança, mas é medo de retrocesso.
Heurísticas Eleitorais		
ID10	O1	REFERÊNCIA AFETIVA Eu gostaria que entrasse um partido um pouco mais à esquerda, por isso que eu gosto do PSOL, porque eu acho que precisa, ainda mais, as minorias e os pobres, os operários mesmo, serem mais assistidos pelo Estado.
		ENDOSSO Mas assim, eu não tenho o que falar dela, inclusive votei nela por causa do Lula. Se o Lula não tivesse apoiado ela, eu não teria votado nela.
ID04	O2	FAMILIARIDADE

		Alguns [votam] porque, de repente, conhece o candidato, o candidato entrou na casa dele, e de repente essa pessoa fez um favor para ela lá atrás e ela se tornou fã dessa pessoa.
ID15	O3	HÁBITO Acho que não, acho que está tudo indo no mesmo rumo. As pessoas não pensam atrás, a pessoa está se candidatando de novo, às vezes não fez nada de bom, e a gente acha que não fez nada, mas aí vai lá e elege ela de novo. E agora a gente não tem muito opção né? Porque a Dilma não fez muita coisa, mas fez. E esse menino aí, o Aécio, não sei se vai fazer, porque ele é totalmente contra o PT. Então sei lá, eu estou com a Dilma. (...) Eu acho que faz diferença para quem entende eles (debates). É que eu não sou muito ligada em política entende? Aí eu vou votar na Dilma porque eu já votei na Dilma na vez passada, votei no Lula. Eu estou focada porque eu acho que ela vai fazer alguma coisa, vai permanecer tudo que está.
ID04	O3	VIABILIDADE Com certeza as pessoas se influenciam pelo resultado das pesquisas. Porque tem aqueles que querem votar naquele que vai ganhar, talvez porque não sabem em quem votar, e também não se interessam para saber em quem votar.

FONTE: A autora

Dentre as “ferramentas de escolha”, o Quadro 4.4 deixa claro que “edição” é mais mobilizada que “decomposição”. Não apenas por “edição” englobar avaliações governamentais como critério de seleção, mas principalmente pela ferramenta ser mais simples ao destacar um único *issue* para que o indivíduo baseie seu voto, ela torna-se mais acessível, independente da sofisticação política individual. No painel completo, são 158 classificações de “edição” e 47 de “decomposição”.

Das “heurísticas eleitorais” mobilizadas, em 81 classificações, “endosso” aparece 32 vezes, sendo a mais utilizada³⁶. Ainda, “hábito” foi utilizado 16 vezes, “viabilidade”, 12 vezes, “referência afetiva”, 11 vezes, e “familiaridade”, 10 vezes.

ii. Relação entre avaliação emocional e racionalização

Para a conexão entre as avaliações emocionais e as teorias de Marcus, Mackuen e Neumann e Taber e Lodge, é necessária uma codificação adicional das entrevistas. A primeira, a Inteligência Afetiva dos primeiros autores, afirma que em cenários de ansiedade causados pela não familiaridade com a política, um sistema pré-cognitivo ativa a atenção individual e leva os eleitores a prestar mais atenção às informações disponíveis. Para observar isso no painel, foi criado um index de “novas informações políticas”, que resumem resgates informacionais feitos a partir da segunda onda de conteúdos produzidos tanto pelas campanhas como pela grande mídia.

Para a teoria informacional do Motivated Reasoning de Taber e Lodge, o index “reforço de posicionamento” foi incluído. A classificação era utilizada em toda resposta

³⁶ Cabe destaque de que na primeira onda, os candidatos foram analisados, de forma estimulada, junto a padrinhos políticos. Nem todos os entrevistados utilizaram este espaço como forma de heurística eleitoral, mas ele propôs mais possibilidade para a categoria do que para as outras opções de heurística decisória.

em que, mesmo com abertura da estimulação, os diferentes argumentos não eram ponderados pelo indivíduo. O trecho da ID07 abaixo exemplifica tal utilização.

Quando eu olho para ele, eu não penso nada. Não vem nada na cabeça porque **a gente está mais focado na Dilma, aí nem presto muita atenção.**

ID07, Onda 3. Avaliação de Aécio Neves.

Os dois nós podem ser sobrepostos, e eles destacam o que Lau e Redlawsk indicam como o filtro de informação quando existe uma predisposição emocional específica de cada eleitor. Das 72 ocorrências em relação a classificações, apenas 13 (18,05%) contém informações ponderadas, enquanto 59 (81,94%) representam reforço de posicionamento, sendo que destas 16 estão presentes em entrevistas da entrevistada ID06 e 13 na entrevistada ID07. Não existiu padrão, no entanto, da relação entre baixo conhecimento político e a atenção por informações eleitorais, pelo menos através da mensuração de verbalizações individuais. A impressão geral foi de que, quando menor a sofisticação política e maior a ansiedade emocional, mas os eleitores acompanhados buscavam isolar-se da campanha. O trecho da ID15 na última onda mostra a superficialidade na avaliação de por que sente angústia no final da eleição.

Acho que não vai lembrar nada não, não sei. A gente esquece né? Eu esqueço fácil. E na **minha casa o povo não é de ficar falando assim de política.** Aqui dificilmente a gente fala alguma coisa. Só que **infelizmente a gente vai ter que optar por um.** Só que é duro, porque se a gente vota branco ou nulo, aí vai para quem está ganhando, pode ser ela, pode ser ele.

ID15, Onda 3. Motivo de Angústia.

Adaptando o achado de Pimentel (2007), foi possível encontrar uma distinção dentre os indivíduos com altos cenários de tensão/preocupação. Para o autor, cenários de ansiedade geravam o adiamento da decisão eleitoral. Dentre os eleitores com menor grau de conhecimento político que demonstraram tensão/preocupação até a última onda, a insegurança na eleição também foi causada, além de pela incerteza do voto, pelo medo de que o candidato opositor ou rejeitado vencesse o pleito, uma vez que as pesquisas de intenção eleitoral estavam tão próximas. Segue exemplo da entrevistada ID07.

Eu estou triste, né, das pessoas confiarem tanto nele [Aécio Neves]. Principalmente aqui no Paraná que ele foi muito bem votado. **Angustiada com medo que ele ganhe,** que ele ganhe.

Além da verificação das teorias emocional e informacional proposta, no entanto, não foi possível afirmar que exista relação da avaliação emocional dos eleitores acompanhados com as variáveis mobilizadas na etapa de racionalização. Um pressuposto, por exemplo, da utilização de decomposição por avaliações emocionais complexas e contraditórias, com mencionado na sessão anterior, não foi percebido.

iii. Possibilidade de agrupamento longitudinal por mobilização de variáveis no processo decisório eleitoral

São quatro os tipos de processo decisório propostos por Lau e Redlawsk: o imparcial, o confirmatório, o rápido e econômico e o intuitivo. O enquadramento dos entrevistados dentro destes parâmetros ocorreu pela combinação entre as percepções das avaliações emocionais e a análise de conteúdo da racionalização.

Para eleitores que se apropriam do processo decisório eleitoral “imparcial”, a busca por informação é ativa e extensa, sendo que ferramentas de avaliação e escolha são usadas de forma retrospectiva e prospectiva. A diferenciação dos indivíduos no que diz respeito à capacidade de prospecção é grande, o que, junto com o alto conhecimento político e alto acesso à mídia, distingue os eleitores ID02, ID08 e ID10. Seus comportamentos emocionais não seguem muito padrão, a não ser pela complexidade de avaliação, sempre presente em todos os elementos avaliados. Dentro da mobilização das variáveis é a utilização de “representatividade” como julgamento e “decomposição” e “referência afetiva” como escolha que os destacam do restante do grupo.

No processo “confirmatório”, com objetivo de consistência cognitiva, os indivíduos mesmo quando processam informações midiáticas, tendem a fazê-lo de forma enviesada. O viés é condicionado por questões de socialização que definem pressupostos individuais. Com o modelo explicativo e a avaliação, tais indivíduos foram selecionados por possuírem altos níveis de intensidade em relação a algum dos candidatos, com determinado contraste, além de apresentarem altos níveis de “reforço de posicionamento” na verificação da emoção x racionalização. Podem-se destacar aqui a ID06 e a ID07. A primeira por aversão à figura de Aécio Neves e a segunda por identificação com Dilma Rousseff, as entrevistadas aparentam mobilizar “decomposição” como ferramenta de escolha, no entanto, todas as informações

resgatadas para justificar seus posicionamentos as afastam de qualquer outro candidato que não aquele escolhido desde o início da eleição.

Para o modelo “rápido e econômico”, os eleitores se focam em *issues* específicos para fazer a avaliação e tomar a decisão eleitoral. O que ocorre é a concentração na mobilização de edição, resgatando tanto o posicionamento de cada candidato a respeito dos *issues* priorizados como a avaliação do governo mandatário em sua gestão. O único entrevistado acompanhado que se mostrou focado em *issues* foi o ID03. Focando sempre em educação, saúde e segurança, o entrevistado foi criando um sentimento de aversão à campanha eleitoral por não ter nas opções apresentadas alguma solução para os problemas que enxergava.

Considerando modelo “intuitivo” como aquele em que os indivíduos recorrem quase que automaticamente a heurísticas eleitorais, buscando efetivar uma decisão com o mínimo de informação possível, são cinco os entrevistados identificados. Todos têm baixos níveis de acesso à mídia, baixo interesse político e baixo nível de conhecimento político e utilizam outros elementos para a decisão eleitoral. No que diz respeito às ferramentas de avaliação, estes eleitores mobilizam principalmente “disponibilidade”, enquanto forma mais simples de julgamento. Neles, percebe-se em maior escala a categorização do “comportamento político”, mesmo que sem extensão de prospecção que se encontra na heurística de representatividade. Nas ferramentas de escolha, as heurísticas eleitorais são predominantes, principalmente através de hábito e endosso. Ainda, é neste grupo que estão os indivíduos que mais recorrem às suas redes sociais como forma de informação política.

O Quadro 4.8 resume a categorização dos indivíduos entrevistados proposta.

Quadro 4.8 – Agrupamento de Entrevistados conforme Modelo de Processo Decisório	
Modelo de Processo Decisório Eleitoral	Indivíduos Agrupados
Imparcial	ID02, ID08, ID10
Confirmatório	ID06, ID07
Rápido e Econômico	ID03
Intuitivo	ID01, ID04, ID05, ID14, ID15

FONTE: A autora.

Um ponto é relevante no que diz respeito à classificação dos eleitores: o comportamento durante o primeiro turno e o segundo é completamente diferente no todo do processo decisório. Conforme o final da eleição se aproxima, os indivíduos acompanhados expressaram níveis maiores de julgamento, como pode ser observado na Cobertura Percentual no Quadro 4.4, e definiram seu posicionamento em relação aos candidatos. Mesmo aqueles que já apresentam preferências claras em relação à

escolha dentre candidatos, explícitas nas mensurações emocionais, conseguem ampliar sua avaliação e suas justificativas de escolha. Isso vai ao encontro dos pressupostos de Lau e Redlawsk, consequência do próprio aumento no fluxo de informações disponibilizadas pela campanha.

iv. Considerações Finais

Concluindo, o comportamento eleitoral dos indivíduos acompanhados em 2014 apresentou grande complexidade. Propor a análise de todo o processo decisório eleitoral e não apenas das variáveis vinculadas diretamente à escolha do voto, abriu uma gama de questões muito grande a respeito de quais são os fatores determinantes para o eleitor no que diz respeito às eleições, neste caso presidenciais.

Não cabe a estudos qualitativos e descritivos como este generalizar as questões encontradas, mas a presença delas abre possibilidade para novos questionamentos. O principal deles, com certeza, é a criação de pesquisas de metodologia experimental dentro da realidade brasileira que testem como os indivíduos lidam com os fluxos de informação uma vez categorizados dentro de modelos específicos de processo decisório.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo compreender “como” o eleitor toma sua decisão eleitoral. Para tanto, utilizou como objeto de estudo o processo decisório eleitoral para as eleições presidenciais de 2014, acompanhando o comportamento de 11 eleitores, de Curitiba e Brasília, em um painel com três ondas. O resultado da aplicação foram 33 (trinta e três) entrevistas, 20 horas de transcrição, resultando em 165 interações de significado entre indivíduos, 1.075 codificações e 429 avaliações emocionais.

Como marco teórico, o estudo utilizou elementos iniciais da teoria de Lau e Redlawsk (2006), onde os autores categorizam os eleitores em quatro tipos de processos decisórios (imparcial, confirmatório, rápido e econômico e intuitivo), traçando padrões de comportamento para compreender, posteriormente, o uso que os indivíduos fazem do fluxo de informação que lhes é apresentado durante as campanhas.

Foi escolhida uma metodologia qualitativa, usando como técnica “entrevistas em profundidade”. Como complemento informacional, uma vez que os achados de Lau e Redlawsk foram feitos a partir de metodologia experimental, foram aplicados formulários de mensuração emocional. Tais avaliações foram utilizadas como ponte para algumas explicações contidas na teoria mas que apenas pela racionalização das entrevistas não seriam possíveis de explicação.

Três categorizações do comportamento foram realizadas: (a) a primeira tendo como base a avaliação emocional dos indivíduos, a partir de elementos gerais da eleição e da avaliação dos candidatos; (b) outra a partir de coeficiente de similaridade de codificação, utilizando as variáveis do modelo explicativo proposto pelo estudo como parâmetro de pesquisa; e a última, e mais importante, (c) que combina as informações obtidas nas dimensões emocional e racional, encaixando o comportamento observado na teoria de Lau e Redlawsk.

No comportamento emocional, foi possível identificar alguns padrões: (i) indivíduos que tem consistência na rejeição emocional de determinados candidatos; (ii) aqueles que conseguem avaliar pontos positivos e negativos em todos os candidatos e isso não invalida sua decisão, demonstrando sinais de decomposição; (iii) os que tiveram que reconstruir sua decisão no segundo turno, levando a transferências emocionais entre candidatos; (iv) um caso de identidade afetiva direta a

um candidato; e (v) um entrevistado que demonstrou aversão emocional a todo o processo eleitoral.

O coeficiente de similaridade de codificação gerou a segunda categorização e o elemento mais intenso na relação entre o comportamento dos indivíduos foi sua sofisticação política. É através de sua manifestação ao longo das entrevistas que indivíduos se aproximam ou se afastam. Ponderando as variáveis com maior probabilidade de ocorrência devido à estimulação direta pelo roteiro das entrevistas, os elementos mais mobilizados pelos eleitores acompanhados em seu processo decisório eleitoral foram imagem do candidato, heurísticas de julgamento e edição.

Além de ser um elemento simples no sentido de mobilização, entende-se que a imagem do candidato é de óbvia predominância pelo próprio caráter das campanhas eleitorais presidenciais, que individualizam o holofote político. Mesmo que pela teoria de Castro (1994) a imagem seja uma variável mobilizada predominantemente por eleitores de baixa sofisticação política na tomada de decisão, percebe-se que ela se dispersa por todos os níveis de conhecimento e interesse políticos. A conclusão aqui é de que, quando observado todo o processo decisório, a imagem passa a ser a base na qual todos os eleitores acompanhados se apoiaram, mesmo que a tomada de decisão mude conforme a capacidade cognitiva e informações disponíveis a cada um.

No caso das heurísticas de julgamento, seu aumento gradual conforme a evolução da campanha representa um maior acúmulo de avaliações e informações por parte dos eleitores. O estudo ressalta que nem sempre este acúmulo de informações gera decisões mais embasadas, principalmente porque existe uma relação entre eleitores com predileção emocional intensa por algum e a manifestação de julgamentos e justificativas de reforço de posicionamento.

O grande espaço ocupado por edição remete tanto a alta mobilização de avaliação de governo, mesmo espontânea, no processo de decisão. Principalmente no segundo turno, indivíduos posicionaram-se frente a uma realidade resumida como forma de escolher seu voto.

A partir das teorias de Castro (1994) e Pereira (2013), esperava-se dos eleitores com maior sofisticação política a mobilização de elementos do processo decisório mais complexos, como a heurística de julgamento de representatividade ou a decomposição nas ferramentas de escolha. O que foi observado, no entanto, foi que até o início do segundo turno existia uma tentativa de “imparcialidade” no discurso deste grupo de indivíduos, à exceção da ID06 que sempre se posicionou. Na terceira onda, até mesmo estes indivíduos adotaram um posicionamento de dualidade entre candidatos, natural do tipo de decisão política, mas que resumiu sua escolha à manutenção ou não do governo mandatário.

Na análise do uso de redes sociais dentro do processo decisório, apenas três indivíduos destacam-se. Duas entrevistadas, de menor sofisticação política, utilizam suas redes como forma de obter informações políticas e predefinições em relação aos julgamentos que emitem. Por outro lado, o entrevistado ID02 utiliza a mesma variável como um tipo de diretriz para interpretação de informações que consegue captar. De qualquer forma, no painel parece haver uma relação subjetiva que leva ao recurso de redes sociais para o processo decisório eleitoral e não apenas uma questão de sofisticação política. A partir da mobilização das redes, as formas como elas se relacionam com fluxo informacional e com os julgamentos resultantes pode ter relação com a capacidade cognitiva e conhecimento político individual.

O sentimento partidário também se apresentou como esperado no sentido de que, ao invés de uma relação positiva de identificação, é através da rejeição ao Partido dos Trabalhadores, aqui identificado mais como governo mandatário do que como legenda, que o eleitor acompanhado se posiciona.

Um ponto que cabe destaque na relação que os eleitores tiveram com política foi a constante recorrência ao processo de categorização, especificamente como forma de estereotipar o “comportamento do político”, sempre como algo pejorativo e como forma até de justificar o desinteresse na dimensão política.

Finalmente, pela análise das duas dimensões, foi possível resumir o comportamento dos eleitores, de forma ilustrativa, dentro das categorias de Lau e Redlawsk e como previa a hipótese inicial, são processos decisórios eleitorais intuitivos os predominantes dentre os indivíduos acompanhados.

REFERÊNCIAS

- AIDT, T. S. Economic voting and information. **Electoral Studies**, v. 19, n. 2-3, p. 349–362, 2000.
- ALDRICH, J. H. Rational Choice and Turnout. **American Journal of Political Science**, v. 37, n. 1, p. 246–278, 1993.
- ANDERSON, C. J. Economic voting and political context: a comparative perspective. **Electoral Studies**, v. 19, n. 2-3, p. 151–170, 2000.
- BARTELS, L. M. Uninformed Votes: Information Effects in Presidential Elections. **American Journal of Political Science**, v. 40, n. 1, p. 194–230, 1996.
- BATISTA PEREIRA, F. Sofisticação política e opinião pública no Brasil: revisitando hipóteses clássicas. **Opinião Pública**, v. 19, n. 2, p. 291–319, 2013.
- BELLO, A. **Redes Sociais, Contexto Social e Voto Correto: Uma Análise Empírica da Qualidade das Novas Democracias**. [s.l.] Universidade de Brasília, 2015.
- BERELSON, B. R.; LAZARSFELD, P. F.; MCPHEE WILLIAM N. **Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign**. Chicago: University of Chicago Press, 1954.
- BEZERRA, H. D.; MUNDIM, P. S. Qual foi o papel das variáveis midiáticas na eleição presidencial de 2010? **Opinião Pública**, v. 17, p. 452–476, 2011.
- BLAIS, A. **To vote or not to vote: the merits and limits of rational choice theory**. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 2000.
- BORBA, J. Cultura política, ideologia e comportamento eleitoral: alguns apontamentos teóricos sobre o caso brasileiro. **Opinião Pública**, v. 11, n. 1, p. 147–168, 2005.
- BRADER, T. Striking a Responsive Chord: How Political Ads Motivate and Persuade Voters by Appealing to Emotions. **American Journal of Political Science**, v. 49, n. 2, p. 388–405, 2005.
- CARREIRÃO, Y. A eleição presidencial de 2002: uma análise preliminar do processo e dos resultados eleitorais. **Revista de Sociologia e Política**, p. 179–194, 2004.
- CARREIRÃO, Y. D. S. Avaliação de governo e “voto econômico”. **Lua Nova**, v. 48, p. 213–245, 1999.
- CARREIRÃO, Y. D. S. Identificação ideológica e voto para presidente. **Opinião Pública**, v. 8, n. 1, p. 54–79, 2002.
- CARREIRÃO, Y. D. S. **A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras**. Florianópolis: [s.n.].

CARREIRÃO, Y. D. S. Identificação ideológica, partidos e voto na eleição presidencial de 2006. **Opinião Pública**, v. 13, p. 307–339, 2007.

CASSINO, D.; LODGE, M. The Primacy of Affect in Political Evaluations. In: NEUMAN, W. L. et al. (Eds.). **The Affect Effect: dynamics of emotion in political thinking and behavior**. Chicago: The Pennsylvania State University Press, 2007. p. 101–123.

CASTRO, M. M. M. DE. **Determinantes do comportamento eleitoral: a centralidade da sofisticação política**. [s.l.] Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, 1994.

DALTON, R. J.; KINGLEMANN, H. (EDS.). **Oxford Handbook of Political Behavior**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

DALTON, R. J.; WATTENBERG, M. P. (EDS.). **Parties without Partisans: Political Change in Advanced Industrial Democracies**. New York: Oxford University Press, 2000.

DOWNS, A. **Uma Teoria Econômica da Democracia**. São Paulo: Editora EDUSP, 1957.

FEDDERSEN, T. J. American Economic Association Rational Choice Theory and the Paradox of Not Voting. **The Journal of Economic Perspectives**, v. 18, n. 1, p. 99–112, 2004.

FIGUEIREDO, M. **A decisão do voto: democracia e racionalidade**. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

FOURNIER, P. et al. Issue Importance and Performing Voting. **Political Behavior**, v. 25, n. 1, p. 51–67, 2003.

FREITAS, V. C. **Atalhos informacionais, competência política e voto nas eleições presidenciais de 2002 em Juiz de Fora e Caxias do Sul**^{35º Encontro Anual ANPOCS. Anais...Caxambú: 2011}

FUKS, M.; PEREIRA, F. B. Informação e conceituação: a dimensão cognitiva da desigualdade política entre jovens de Belo Horizonte. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 26, n. 76, p. 123–143, 2011.

GIGERENZER, G.; TODD, P. M. **Simple heuristics that make us smart**. Oxford: Oxford University Press, 1999.

GIMENES, É. R. **Mobilização cognitiva e apartidarismo: a relação dos eleitores com os partidos políticos na América Latina (2006-2014)**^{39º Encontro Anual da ANPOCS. Anais...Caxambú: 2015}

GOREN, P. Political Expertise and Issue Voting in Presidential Elections. **Political Research Quarterly**, v. 50, n. 2, p. 387–412, 1997.

GUARNIERI, F. Comportamento eleitoral e estratégia partidária nas eleições presidenciais no Brasil (2002 - 2010). **Opinião Pública**, v. 20, n. 2, p. 157–177, 2014.

- HA, S. E.; LAU, R. R. Personality Traits and Correct Voting. **American Politics Research**, p. 1–24, 2015.
- HASTIE, R. Problems for judgment and decision making. **Annual Review of Psychology**, v. 52, n. 1, p. 653–683, 2001.
- HOLZHACKER, D. O.; BALBACHEVSKY, E. Classe ideologia e política: uma interpretação dos resultados das eleições de 2002 e 2006. **Opinião Pública**, v. 13, n. 2, p. 283–306, 2007.
- HUANG, L. N. Examining candidate information search processes: The impact of processing goals and sophistication. **Journal of Communication**, v. 50, n. 1, p. 93–114, 2000.
- ISBELL, L. M.; OTTATI, V. C.; BURNS, K. C. Affect and Politics: effects on judgement, processing and information seeking. In: REDLAWSK, D. P. (Ed.). . **Feeling Politics: emotional in politics information processing**. New York: Palgrave Macmillan, 2006. p. 57–86.
- JONES, B. D. Bounded Rationality. **Annual Review of Political Science**, v. 2, n. 1, p. 297–321, 1999.
- KERKAUY, M. T. M. Os programas de transferência de renda e o voto regional nas eleições presidenciais de 2010. **Opinião Pública**, v. 17, n. 2, p. 477–492, 2011.
- KING, G.; KEOHANE, R. O.; VERBA, S. **Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research**. Princeton: Princeton University Press, 1994.
- LCHAT, R. Electoral Competitiveness and Issue Voting. **Political Behavior**, v. 33, n. 4, p. 645–663, 2011.
- LADD, J. M.; LENZ, G. S. Does Anxiety Improve Voters' Decision Making? **Political Psychology**, v. 32, n. 2, p. 347–361, 2011.
- LAU, R. Models of decision-making. In: SEARS, D. O.; HUDDY, L.; JERVIS, R. (Eds.). . **Oxford Handbook of Political Psychology**. Londres: Oxford University Press, 2003. p. 19–59.
- LAU, R. R. Correct Voting in the 2008 U.S. Presidential Nominating Elections. **Political Behavior**, v. 35, p. 331–355, 2013.
- LAU, R. R. et al. Correct Voting Across Thirty-Three Democracies: A Preliminary Analysis. **British Journal of Political Science**, v. 44, n. 2014, p. 239–259, 2014.
- LAU, R. R.; ANDERSEN, D. J.; REDLAWSK, D. P. An Exploration U . S . Presidential of Correct Elections Voting in Recent. **American Journal of Political Science**, v. 52, n. 2, p. 395–411, 2008.
- LAU, R. R.; REDLAWSK, D. P. Voting Correctly. **The American Political Science Review**, v. 91, n. 3, p. 585–598, 1997.

LAU, R. R.; REDLAWSK, D. P. Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making. **American Journal of Political Science**, v. 45, n. 4, p. 951–971, 2001.

LAU, R. R.; REDLAWSK, D. P. **How Voters Decide: Information Processing during Election Campaigns**. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

LAUKKA, P.; JUSLIN, P.; BRESIN, R. A dimensional approach to vocal expression of emotion. **Cognition & Emotion**, v. 19, n. 5, p. 633–653, 2005.

LAVAREDA, A. **Emoções Ocultas e Estratégias Eleitorais**. [s.l.] Objetiva, 2009.

LAVAREDA, A. Neuropolítica: o papel das emoções e do inconsciente. **Revista USP**, v. 90, n. junho/agosto, p. 120–146, 2011.

LAZARUS, P. F.; BERELSON, B. R.; GAUDET, H. **The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign**. 3. ed. New York: Columbia University Press, 1948.

LAZARUS, R. S. Thoughts on the relations between emotion and cognition. **American Psychologist**, v. 37, n. 9, p. 1019–1024, 1982.

LAZARUS, R. S. On the primacy of cognition. **American Psychologist**, v. 39, n. 2, p. 124–129, 1984.

LEVENTHAL, H.; SCHERER, K. The Relationship of Emotion to Cognition: A Functional Approach to a Semantic Controversy. **Cognition & Emotion**, v. 1, n. 1, p. 3–28, 1987.

LEWIS-BECK, M. S. et al. **The American Voter Revisited** Ann Harbor University of Michigan Press, , 2008.

LEWIS-BECK, M. S.; NADEAU, R. Economic voting theory: Testing new dimensions. **Electoral Studies**, v. 30, n. 2, p. 288–294, 2011.

LEWIS-BECK, M. S.; PALDAM, M. Economic voting: an introduction. **Electoral Studies**, v. 19, n. 2-3, p. 113–121, 2000.

LEWIS-BECK, M. S.; STEGMAIER, M. American voter to economic voter: Evolution of an idea. **Electoral Studies**, v. 28, n. 4, p. 625–631, 2009.

LICIO, E. C.; RENNÓ, L. R.; CASTRO, H. C. D. O. DE. Bolsa Família e voto na eleição presidencial de 2006: em busca do elo perdido. **Opinião Pública**, v. 15, p. 31–54, 2009.

LUSKIN, R. Measuring Political Sophistication. **American Journal of Political Science**, v. 31, n. 4, p. 856–899, 1987.

LUSKIN, R. C. Explaining political sophistication. **Political Behavior**, v. 12, n. 4, p. 331–361, 1990.

MACDONALD, S. E.; RABINOWITZ, G.; LISTHAUG, O. **Political Sophistication and Models of Issue Voting**. [s.l: s.n.]. v. 25

MACDONALD, S. E.; RABINOWITZ, G.; LISTHAUG, O. Simulating models of issue voting. **Political Analysis**, v. 15, n. 4, p. 406–427, 2007.

MARCUS, G. E. Emotions in Politics. **Annual Review of Political Science**, v. 3, p. 221–250, 2000.

MARCUS, G. E. **The Sentimental Citizen: Emotion in Democratic Politics**. [s.l.] The Pennsylvania State University Press, 2002.

MARCUS, G. E. The Psychology of Emotions and Politics. In: SEARS, D. O.; HUDDY, L.; JERVIS, R. (Eds.). . **Oxford Handbook of Political Psychology**. Oxford: Oxford University Press, 2003. p. 182–221.

MARCUS, G. E.; MACKUEN, M.; NEUMAN, W. R. Parsimony and Complexity: Developing and Testing Theories of Affective Intelligence. **Political Psychology**, v. 32, n. 2, p. 323–336, 2011.

MARCUS, G. E.; NEUMAN, W. R.; MACKUEN, M. **Affective intelligence and political judgment**. [s.l.] Press, University of Chicago, 2000.

MARTINS JUNIOR, J. P. Modelo sociológico de decisão de voto presidencial no Brasil 1994-2006. **Revista Debates**, v. 3, n. 2, p. 68–96, 2009.

MCCLURG, S. D. The Electoral Relevance of Political Talk: Examining Disagreement and Expertise Effects in Social Networks on Political Participation. **American Journal of Political Science**, v. 50, n. 3, p. 737–754, 2006.

MILLER, W. E.; SHANKS, J. M. **The New American Voter**. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

MUNDIM, P. S. Um modelo para medir os efeitos da cobertura da imprensa no voto: teste nas eleições de 2002 e 2006. **Opinião Pública**, v. 16, p. 394–425, 2010.

NEUMAN, L. W. **Basics Of Social Research Qualitative and Quantitative Approaches**. Essex: Pearson Education Limited, 2007.

NEUMAN, W. L. et al. Theorizing Affect's Effects. In: NEUMAN, W. L. et al. (Eds.). . **The Affect Effect: dynamics of emotion in political thinking and behavior**. Chicago: The University of Chicago Press, 2007. p. 1–20.

NEUMAN, W. R. et al. (EDS.). **The Affect Effect: Dynamics of Emotion in Political Thinking and Behavior**. Chicago: The University of Chicago Press, 2008.

NICHOLSON, S. P.; PANTOJA, A.; SEGURA, G. M. Political Knowledge and Issue Voting Among the Latino Electorate. **Political Research Quarterly**, v. 59, n. 2, p. 259–271, 2006.

OLIVEIRA, I. C. V. DE. A teoria da escolha racional e o comportamento eleitoral neopentecostal. **Pensamento Plural**, v. 10, p. 101–117, 2012.

PAIVA, D.; BRAGA, M. D. S. S.; PIMENTEL JR., J. T. P. Eleitorado e partidos políticos no Brasil. **Opinião Pública**, v. 13, n. 2, p. 388–408, 2007.

PAIVA, D.; TAROUÇO, G. D. S. Voto e identificação partidária: os partidos brasileiros e a preferência dos eleitores. **Opinião Pública**, v. 17, p. 426–451, 2011.

PARKER, M. T.; ISBELL, L. M. How I vote depends on how I feel: the differential impact of anger and fear on political information processing. **Psychological science : a journal of the American Psychological Society / APS**, v. 21, n. 4, p. 548–550, 2010.

PEIXOTO, V.; RENNÓ, L. Mobilidade social ascendente e voto: as eleições presidenciais de 2010 no Brasil. **Opinião Pública**, v. 17, p. 304–332, 2011.

PEREIRA, F. B. Voto econômico retrospectivo e sofisticação política na eleição presidencial de 2002. **Revista de Sociologia e Política**, v. 22, p. 149–174, 2014.

PIMENTEL JR., J. T. **Razão e Emoção no Voto: O caso da Eleição Presidencial de 2006**. [s.l.] Universidade de São Paulo, 2007.

PIMENTEL JR., J. T. P. Razão e emoção: o voto na eleição presidencial de 2006. **Opinião Pública**, v. 16, n. 2, p. 516–541, 2010.

PIMENTEL JUNIOR, J. T. P. Razão e emoção: o voto na eleição presidencial de 2006. **Opinião Pública**, v. 16, p. 516–541, 2010.

PLOUS, S. **The psychology of judgement and decision making**. [s.l.: s.n.].

POPKIN, S. L. Information shortcuts and the reasoning voter. In: GROFMAN, B. (Ed.). **Information, Participation, and Choice**. Ann Harbor: University of Michigan Press, 1995. p. 17–35.

RABINOWITZ, G.; MACDONALD, S. E. A directional theory of issue voting. **The American Political Science Review**, v. 83, n. 1, p. 93–121, 1989.

RADMANN, E. R. H. **O eleitor brasileiro uma análise do comportamento eleitoral**. [s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2001.

REDLAWSK, D. P. (ED.). **Feeling Politics: Emotion in Political Information Processing**. [s.l.] Palgrave Macmillan, 2006.

REDLAWSK, D. P.; CIVETTINI, A.; LAU, R. R. Affective Intelligence and Voting Information Processing and Learning in a Campaign. In: **The affect effect: Dynamics of emotion in political thinking and behavior**. [s.l.: s.n.]. p. 152–179.

RENNÓ, L. Os militantes são mais informados? Desigualdade e informação política nas eleições de 2002. **Opinião Pública**, v. 12, n. 2, p. 329–347, 2006.

RENNÓ, L. R. **Information and Voting: Microfoundations and Accountability in Complex Electoral Environments**. [s.l.] University of Pittsburgg, 2004.

RENNÓ, L. R. Desigualdade e informação política: as eleições brasileiras de 2002. **Dados**, v. 50, n. 4, p. 721–755, 2007.

RIBEIRO, E.; CARREIRÃO, Y.; BORBA, J. Sentimentos partidários e atitudes políticas entre os brasileiros. **Opinião Pública**, v. 17, p. 333–368, 2011.

RODRIGUES, A. et al. Imagem do político brasileiro. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 4, n. 1, p. 2–11, 2012.

ROSENBERG, S. W. et al. The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference. **American Journal of Political Science**, v. 30, n. 1, p. 108–127, 1986.

SAMPAIO, T. DA S. **Popularidade Presidencial: análise dos microfundamentos do suporte público da Presidente Dilma Rousseff**. [s.l.] Universidade Federal de Minas Gerais, 2014.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, socialism, and democracy**. 5. ed. London: Routledge, 1942.

SEARS, D. O. The role of affect in symbolic politics. In: KUKLINSKI, J. (Ed.). . **Citizens and Politics: Perspectives from Political Psychology**. [s.l.] Cambridge University Press, 2001. p. 14–40.

SEIDMAN, I. **Interviewing as Qualitative Research: A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences**. [s.l.: s.n.].

SILVEIRA, F. E. Escolha Intuitiva: Nova Modalidade De Decisão Do Voto. **Opinião Pública**1, v. II, n. 2, p. 95–116, 1994.

SIMON, H. A. Theories of Bounded Rationality. In: MCGUIRE, C. B.; RADNCR, R. (Eds.). . **Decision and Organization**. [s.l.] North-Holland Publishing Company, 1972. p. 161–176.

TABER, C.; LODGE, M. **The Rationalizing Voter**. [s.l.] Cambridge University Press, 2013.

TERRON, S. L.; SOARES, G. A. D. As bases eleitorais de Lula e do PT: do distanciamento ao divórcio. **Opinião Pública**, v. 16, n. 2, p. 310–337, 2010.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. **Science**, v. 185, n. 4157, p. 1124–1131, 1974.

VALENTINO, N. A. et al. Is a worried citizen a good citizen? Emotions, political information seeking, and learning via the Internet. **Political Psychology**, v. 29, n. 2, p. 247–273, 2008.

WATSON, D.; CLARK, L. A. T HE PANAS-X Manual for the Positive and Negative Affect Schedule - Expanded Form. **Order A Journal On The Theory Of Ordered Sets And Its Applications**, v. 277, n. 6, p. 1–27, 1994.

WINKIELMAN, P. et al. Affective influence on judgments and decisions: Moving towards core mechanisms. **Review of General Psychology**, v. 11, n. 2, p. 179–192, 2007.

XAVIER, G. F. A Modularidade da Memória e o Sistema Nervoso. **Psicologia USP**, v. 4, n. 1/2, p. 61–115, 1993.

ZAJONC, R. B. Feeling and Thinking: preferences need no inferences. **American Psychologist**, v. 35, n. 2, p. 151–175, 1980.

ZAJONC, R. B. On the Primacy of Affect. **American Psychologist**, v. 39, n. 2, p. 117–123, 1984.

ANEXO 1

Questionário Demográfico e Roteiros das Entrevistas

ONDA 1

Demográfico

ENQUADRAMENTO E CONTROLE	
1	O (a) senhor (a) possui um título de eleitor regular emitido e certificado pela Justiça Eleitoral?
E01	
<i>(Espontânea e única)</i>	
1	Sim
2	Não
2	O (a) senhor (a) ou alguma das pessoas que moram com o senhor trabalha com alguma das seguintes atividades?
E02	
↓ Partido, Jornal, Revista, Rádio, Televisão, Empresa de Pesquisa de Mercado/Opinião, Agência de Publicidade/Marketing/Comunicação, Empresa de Relações Públicas	
<i>(Estimulada e única)</i>	
1	Sim
2	Não
3	NS/NR
3	O (a) senhor (a) costuma algum (a) jornal/revista ?
S01	
<i>(Espontânea e única)</i>	
1	SIM
2	Não
3	NS/NR
↓	
3.1	Qual (is) jornal/revista (is) o (a) senhor (a) costuma ler?
S02	
<i>(Espontânea e múltipla - Anotar até 3 opções)</i>	
1.	
2.	
3.	
4. NA	
↓	
3.2	Quantas vezes por semana o (a) senhor (a) costuma ler jornal/revista?
S03	
<i>(Espontânea e única)</i>	
1	Uma vez/ um dia por semana
2	Algumas vezes/ alguns dias por semana
3	Todo dia
4	Raramente
5	NS
6	NR
7	NA
4	O (a) senhor (a) assistiu telejornais com notícias nacionais essa semana?

(Espontânea e única)

S04

1	SIM	2	Não	3	NS/NR
---	-----	---	-----	---	-------



4.1	Qual telejornal o (a) senhor (a) costuma assistir? <i>(Espontânea e única)</i>	1.
		2. NA



S05

4.2	Quantas vezes por semana o (a) senhor (a) costuma assistir o telejornal? <i>(Espontânea e única)</i>	
------------	---	--

S06

1	Uma vez	6	Seis vezes (todos)
2	Duas vezes	7	Raramente
3	Três vezes	8	Nunca assisti
4	Quatro vezes	9	NS
5	Cinco vezes	10	NR/NA

5	O (a) senhor (a) já assistiu algum programa partidário neste ano? <i>(Espontânea e única)</i>	
----------	--	--

S07

1	Sim	2	Não	3	NS/NR
---	-----	---	-----	---	-------



5.1	O (a) senhor (a) pode me falar um pouco sobre as impressões que teve a respeito do que assistiu?	1.
		2. NA

S08

6	Sexo <i>(Descriminada pelo entrevistador e única)</i>	
----------	--	--

D01

1	Feminino
2	Masculino

7	Faixa Etária <i>(Espontânea e única)</i>	
----------	---	--

D02

1	16 a 24 anos
2	25 a 34 anos
3	35 a 44 anos
4	45 a 59 anos
5	60 anos ou mais

8	Escolaridade <i>(Espontânea e única)</i>	
----------	---	--

D03

1	Analfabeto/ Não escolarizado
2	Fundamental
3	Médio
4	Superior



8.1	Finalização	
	<i>(Espontânea e única)</i>	D04

1	Completo
2	Incompleto

9	Estado Civil	
	<i>(Espontânea e única)</i>	D05

1	Solteiro
2	Casado
3	Divorciado/Separado
4	Viúvo
5	Outros

10	Ocupação principal (Datafolha)	
	<i>(Espontânea e única)</i>	D06

PEA		NÃO-PEA	
1	Assalariado registrado	9	Dona de casa
2	Assalariado sem registro	10	Aposentado
3	Funcionário público	11	Estudante
4	Profissional liberal (autônomo univers.)	12	Viúvo de rendas
5	Empresário	13	Desempregado (não procura emprego)
6	Free-lance/ Bico	14	NR
7	Estagiário/ aprendiz (remunerado)		
8	Desempregado (procura emprego)		

11	Renda Familiar	
	<i>(Estimulada e única)</i>	D07

1	Até 1 salário mínimo	Até R\$724,00
---	----------------------	---------------

2	Até 2 salários mínimos	<i>De R\$725,00 a R\$1.448,00</i>
3	De 2 a 5 salários mínimos	<i>De R\$1.449,00 a R\$3.620,00</i>
4	De 5 a 10 salários mínimos	<i>De R\$3.621,00 a R\$7.240,00</i>
5	De 10 a 15 salários mínimos	<i>De R\$7.241,00 a R\$10.860,00</i>
6	de 15 a 20 salários mínimos	<i>De R\$10.861,00 a R\$14.480,00</i>
7	Mais de 20 salários mínimos	<i>Mais de R\$14.481,00</i>
8	NR	
9	NS	

12	Em relação às afirmações abaixo, gostaria que o (a) senhor (a) indicasse se são verdadeiras ou falsas:	
		S09

(Estimulada e única)

12.1	O vice-presidente da República é filiado ao PMDB.	
12.2	O atual presidente da Câmara dos Deputados é Arlindo Chinaglia.	
12.3	Geraldo Alckimin é filiado ao DEM.	
12.4	Alex Canziani é Deputado Federal pelo Paraná.	
12.5	O sistema de eleições para presidente, no Brasil, é por voto proporcional em lista aberta.	

1. V	2. F	3. NR	4. NS
------	------	-------	-------

ONDA 1*Escala Emocional*

AF01. Brasil	AF06. Foto Dilma Rousseff I
AF02. Economia Federal	AF07. Foto Eduardo Campos I
AF03. Economia Pessoal	AF08. Vídeo Aécio Neves I
AF04. Governo Federal	AF09. Vídeo Dilma Rousseff I
AF05. Foto Aécio Neves I	AF10. Vídeo Eduardo Campos I

Racionalização

R01. Como o (a) senhor (a) acha que está o Brasil em relação aos últimos 10 anos (Melhor, igual, pior) e por quê? Como o (a) senhor (a) acha que está o Brasil em relação ao último ano e por quê?

R02. Como o (a) senhor (a) acha que está a situação econômica do Brasil em relação ao último ano? Como o (a) senhor (a) que está a situação econômica do Brasil nos próximos anos?

R03. Como o (a) senhor (a) avalia o Governo Federal? Por quê? Em sua opinião, qual foi a melhor realização deste governo? E qual foi a pior ação realizada?

R04. Voltando às fotos e aos vídeos que acabamos de avaliar emocionalmente, gostaria que o (a) senhor (a) passasse por cada uma das pessoas e me explicasse o que a imagem dela lhe passe e por quê.

Escala Emocional/ Racionalização – Padrinhos

Voltando àquela escala de emoções, gostaria que o (a) senhor (a) avaliasse novamente os candidatos a partir de sua associação com as pessoas que estão presentes nas fotos e que me explicasse o motivo da avaliação.

AF11. Aécio Neves e FHC	R05. Aécio Neves e FHC
AF12. Dilma Rousseff e Lula	R06. Dilma Rousseff e Lula
AF13. Eduardo Campos e Marina Silva	R07. Eduardo Campos e Marina Silva

Características

Para fechar nossas entrevistas vou apresentar algumas características para o (a) senhor (a) e peço que selecione, para cada um dos candidatos, três que o (a) senhor (a) acredita que ele (a) possui e três que não possua. Depois, vamos conversar melhor sobre o porquê o (a) senhor (a) pensa assim.

R05. Características Aécio Neves

R06. Características Dilma Rousseff

R07. Características Eduardo Campos

ONDA 2

Escala Emocional

AF01. Brasil

AF02. Economia Federal

AF03. Economia Pessoal

AF04. Política

AF05. Governo Federal

AF06. Congresso Nacional

AF07. Foto Aécio Neves II

AF08. Foto Dilma Rousseff II

AF09. Foto Marina Silva I

AF10. HGPE Aécio Neves

AF11. HGPE Dilma Rousseff

AF12. HGPE Marina Silva

Racionalização Brasil

R01. Quais são os principais problemas do Brasil? Quem ou o que tem culpa? O que o Governo Federal está fazendo a respeito? O que mais ele poderia fazer? O que pessoas comuns como nós podemos fazer para melhorar a situação?

R02. Em geral, você gostaria eu o Brasil fosse diferente? Por quê?

R03. Pense um pouco em como deveria ser um “cidadão ideal”, mesmo que ele não exista na realidade. Que tipo de coisas ele faria? Que atitudes políticas teria? A maioria das pessoas se aproxima deste ideal? E você?

Racionalização Eleições

R04. Como você acha que as pessoas escolhem em quem votar? E você?

R05. O que você acha a respeito de partidos políticos? Eles fazem diferença?

R06. Quem você acha que manda de verdade na política?

R07. O que você acha dos debates entre os candidatos? Eles ajudam? Como/por quê?

R08. O que você acha do Horário Gratuito Eleitoral? Ele ajuda as pessoas na escolha de seus candidatos? Você assiste o HGPE? Por quê?

R09. Qual você acha ser o principal assunto/tema desta eleição?

R10. Se a eleição fosse hoje, quem você acha que ganharia? Por quê?

R11. Onde você busca informação sobre política? Você conversa sobre política com sua família, colegas de trabalho, amigos?

Racionalização Economia Nacional e Pessoal

R12. Você sentiu alguma mudança no último mês em relação a sua economia pessoal?

R13. Você acredita que algum candidato pode lhe ajudar a melhorá-la? Existe algum candidato que pode prejudicar sua situação?

R14. Quais são os principais problemas da economia brasileira hoje?

Racionalização Candidatos

Apresentar perguntas para cada um dos três

R15. Você viu algum HGPE do candidato (a)? O que mais lhe chamou a atenção? Você pode enumerar algo positivo sobre ele? E algo negativo?

R16. Como você acha que o candidato seria como presidente (pontos positivos e negativos)? Como se sentiria se ele ganhasse a eleição? Algo melhoraria no Governo Federal? O quê? E na Economia? Como isso afetaria sua vida?

Prospecção

R17. Como você se sente a respeito do futuro do Brasil?

R18. E a respeito do seu futuro pessoal?

ONDA 3

Escala Emocional

- AF01. Brasil
- AF02. Economia
- AF03. Política
- AF04. Governo Federal
- AF05. Congresso Nacional
- AF06. Eleições 2014
- AF07. Foto Dilma Rousseff III
- AF08. Foto Dilma Rousseff IV
- AF09. Foto Aécio Neves III
- AF10. Foto Aécio Neves IV
- AF11. Debate Aécio Neves I
- AF12. Debate Dilma Rousseff I
- AF13. Debate Aécio Neves II
- AF14. Debate Dilma Rousseff II

Racionalização Conjuntura

R01. O que você achou desta eleição presidencial? O que mais se destacou para você? O que você acha que lembraremos dela em alguns anos? Como você se sente a respeito?

R02. Qual você acha que foi a principal questão tratada no segundo turno desta eleição? Qual o principal problema? Como os candidatos se posicionaram em relação a ele?

R03. Você acha que os eleitores agiram como em outras eleições ou você percebeu algo diferente? Como você se sente a respeito disso?

Racionalização Candidatos

R04. Você acha que Aécio Neves mudou em relação ao começo da eleição? O que mais lhe chama a atenção (características) nele?

R05. Por que você acha que as pessoas votam em Aécio Neves?

R06. Você acha que Dilma Rousseff mudou em relação ao começo da eleição? O que mais lhe chama a atenção (características) nela?

R07. Por que você acha que as pessoas votam em Dilma Rousseff?

Racionalização – Tema Notícias

Eu vou ler algumas notícias da última semana para você e gostaria, a partir do tema delas, conversássemos sobre outras questões desta eleição.

Cenário Geral

R08. Você acha que as propostas de Governo de cada candidato ficaram claras para os eleitores durante a campanha? Do que foi falado, o que mais lhe chamou a atenção?

R09. Você acha que o apoio de Marina Silva a Aécio Neves no segundo turno mudou alguma coisa na eleição? O quê? Como?

R10. Como você acha que mudanças na Economia, e especificamente essas que indicam mudanças na Bolsa de Valores, influenciam na decisão de voto das pessoas?

Pesquisas Eleitorais

R11. O que você acha de pesquisas de opinião eleitoral? Você acha que elas alteram o cenário eleitoral? Por quê? Como?

R12. As pesquisas alteram a forma como você decide seu voto? Por quê? Como?

Debates

R13. Você acha que as pessoas utilizam o conteúdo dos debates na decisão do voto? Por quê? Como?

R14. Pelo o que você viu, ou ouviu falar, como você avaliaria os debates deste ano? Podemos dizer que algum dos candidatos se saiu melhor?

Imprensa Internacional

R15. Você acha que a imprensa internacional tem algum impacto na opinião das pessoas em como decidir o voto? Por quê? Como?

Famosos/Jingles

R16. Você acha que o apoio de pessoas famosas/públicas tem algum impacto na eleição? Altera a forma como as pessoas escolhem seu candidato? Por quê?

Escândalos

R17. Como você acha que os escândalos que aparecem no período eleitoral alteram a forma como as pessoas pensam?

Clima Eleitoral (Agressividade e Ódio)

R18. Você concorda ou discorda que as eleições presidenciais tiveram um caráter muito agressivo? Como isso altera as eleições? Como isso faz você se sentir?










R19. Você acha que essa “campanha de ódio” realmente aconteceu? Como esse tipo de posicionamento influencia as eleições?

Centralidade temática/ mídia

R20. Dentro de cada categoria acima, qual notícia mais lhe chama atenção (com exceção de Famosos)? O que lhe deixa mais entusiasmado? O que lhe deixa mais apreensivo?

ANEXO 2

Escala para Mensuração de Contexto Emocional

<p style="text-align: center;">  UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ Setor de Ciências Humanas e Letras Mestrado em Ciência Política ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE – Material de Apoio </p>	<p style="text-align: center;">Preocupado</p> <p style="text-align: center;">  NADA MUITO </p>
<p style="text-align: center;">Animado</p> <p style="text-align: center;">  NADA MUITO </p>	<p style="text-align: center;">Revoltado</p> <p style="text-align: center;">  NADA MUITO </p>
<p style="text-align: center;">Confiante</p> <p style="text-align: center;">  NADA MUITO </p>	<p style="text-align: center;"> Roteiro: _____ Folha _____ </p>
<p style="text-align: center;">Alegre</p> <p style="text-align: center;">  NADA MUITO </p>	<p style="text-align: center;">Indignado</p> <p style="text-align: center;">  NADA MUITO </p>
<p style="text-align: center;">Orgulhoso</p> <p style="text-align: center;">  NADA MUITO </p>	<p style="text-align: center;">Tenso</p> <p style="text-align: center;">  NADA MUITO </p>
<p style="text-align: center;"> <i>Pesquisadora: Jaqueline Kleine Buckstegge</i> </p>	

ANEXO 3
Fotos Candidatos

Onda 1 – Pré-Campanha/ Início 1º Turno	
Aécio Neves	 
Dilma Rousseff	 
Eduardo Campos	 

Devido ao início da primeira onda anterior ao início da campanha oficial, todas as imagens foram resgatadas por meio à pesquisa no portal Google Imagens.

Onda 2 – 1º Turno	
Aécio Neves	Marina Silva
	
Dilma Rousseff	
	
<i>Todas as imagens utilizadas foram divulgadas nos sites oficiais de cada candidatura.</i>	

Onda 3 – 2º Turno



Imagem do debate disponibilizada no website da Rede Bandeirantes



Imagem do debate disponibilizada no website da Rede Bandeirantes



Imagem disponibilizada pelo site oficial da campanha



Imagem disponibilizada pelo site oficial da campanha

ANEXO 4

Transcrição Vídeos/Áudios Utilizados

ONDA 1**VÍDEO AÉCIO NEVES I** (Tempo de fala: 0'58''; 179 palavras)

Narrador: Papo Reto, Presidência da Câmara. Aécio foi eleito quatro vezes deputado federal e por quatro vezes foi líder do PSDB. Chegou à presidência da Câmara onde mostrou um jeito novo de fazer as coisas.

Aécio: Nós acabamos com a imunidade parlamentar, o tempo passa muito rápido, mas até a minha, até a nossa administração, para você processar um parlamentar que cometeu um desvio, alguma irregularidade, você tinha que pedir autorização ao Supremo Tribunal Federal, nós acabamos com isso e é um tema muito atual hoje, nós estamos vendo essas denúncias vergonhosas que a todo instante chegam. E eu me lembro que um dia eu liguei para o Presidente Fernando Henrique, eu era presidente da Câmara, e falei 'Presidente, eu tenho uma novidade', ele falou 'O que que é, tá precisando do que?', 'To precisando não, eu to lhe devolvendo quase 100 milhões de reais do orçamento da Câmara dos Deputados, algo que jamais tinha acontecido em qualquer tempo da história, para que você possa colocar na educação, na saúde, na segurança. Então, foi uma primeira demonstração que a gestão planejada e eficiente, ela é econômica. Eu falo sempre que não há nenhuma medida de maior alcance social, que melhore a vida das pessoas, que a boa aplicação do dinheiro público, com planejamento, com transparência'.

Narrador: Se trabalhar direito, o Brasil tem jeito. Compartilhe, deixe seu comentário.

VÍDEO DILMA ROUSSEFF I (Tempo de fala: 0'30''; 66 palavras)

Dilma: "Já vencemos a luta mais importante: a do emprego e do salário. Agora, vamos aumentar a luta pela qualidade da saúde, da educação e da segurança pública, e por uma infra-estrutura a altura do nosso potencial. É momento, antes de tudo, de ampliar as oportunidades para todos os brasileiros. Isso significa, em primeiro lugar, melhorar a qualidade da nossa educação. Nós estamos respondendo a este desafio".

VÍDEO EDUARDO CAMPOS I (Tempo de fala: 1'40''; 216 palavras)

Campos: O Brasil mudou muito nos últimos 30 anos. Conquistamos o direito de eleger nossos governantes e construímos uma democracia sólida. Elegemos um intelectual, um operário (um filho do povo), e a primeira mulher presidente da República. Alcançamos e mantivemos a estabilidade econômica, retiramos, juntos, mais de 20 milhões de brasileiros da miséria absoluta. Todas essas mudanças só foram possíveis porque tivemos como alicerce um amplo pacto, social e político, uma união de forças que o país exigiu toda vez que precisou passar para um novo patamar histórico e é

isso que precisa acontecer agora. Um pacto em torno de ideias e compromissos, com um novo Brasil. Avançamos, mas deixamos de fazer mudanças fundamentais. Temos um Estado antigo, que ainda traz as marcas do atraso e do elitismo. Um Estado que pouco tem avançado como provedor de serviços de qualidade e como agente de desenvolvimento. Temos relações extremamente desiguais na divisão de recursos e responsabilidades entre a União, os estados e os municípios. Ou avançamos agora ou corremos o risco de regredir nas conquistas do nosso povo. Temos que ter a humildade de admitir e a coragem de enfrentar os problemas que estão aí, batendo a nossa porta. O Brasil precisa dar um passo adiante, e nós do PSB vamos dar esse passo junto com o Brasil.

ONDA 2

HGPE AÉCIO NEVES (Tempo de fala: 1'53''; 252 palavras)

Aécio: “Olá. Uma das minhas maiores críticas ao governo da Presidente Dilma é que ela sempre procura uma desculpa ou um culpado para justificar aquilo que ela não resolveu. É assim na economia, é assim na saúde, e pior ainda, tem sido assim também na segurança pública. Ora, eu sou pai e tenho três filhos e eu sei exatamente da preocupação que aflige hoje as famílias brasileiras pela situação de insegurança que a gente vive no Brasil. Mas o Governo Federal tem fugido de enfrentar o problema e se não enfrenta é claro que a situação só piora. A segurança dos brasileiros é um problema do Governo Federal sim senhor. Nesse assunto, a gente não tem que ficar discutindo e transferindo responsabilidade, a gente tem que agir e agir com firmeza. No meu governo, segurança será uma responsabilidade do Presidente da República, e vamos fazer uma coisa que há muito tempo deveria ter sido feita e que ninguém teve a coragem ainda de fazer: vamos reformar o Código Penal para terminar com essa história de bandido entrar na cadeia por uma porta e no dia seguinte sair pela outra sem pagar pelo o que fez. E vamos rever a Lei da Maioridade Penal de acordo com o projeto apresentado no Congresso Nacional pelo meu candidato a vice-presidente, o senador Aloízio Nunes”.

Narradora: “Aécio é a favor de diminuir a maioridade penal em caso de reincidência e crimes hediondos”.

Narrador 1: “A Dilma é contra. A Marina também é contra”.

Narradora: “E você, é contra ou a favor?”

Narrador 2: “A força que o Brasil precisa. Aécio Presidente.”

HGPE DILMA ROUSSEFF (Tempo de fala: 1'43''; 253 palavras)

Narrador: “Só 35 países saíram do mapa da fome. Para a ONU, o Brasil se tornou um deles, graças a uma soma de ações implementadas nos últimos dez anos, com destaque para o aumento da oferta de alimentos, a merenda escolar, que agora chega a 43 milhões de crianças e jovens, a geração de 21 milhões de empregos e a política

de valorização do salário mínimo, que aumentaram a renda dos mais pobres, e o Programa Bolsa Família, que beneficia 14 milhões de famílias”.

Dilma: “Durante séculos, o Brasil fingiu que a fome e a miséria não existiam. Elas estavam aí, a vista de todos, mas eram invisíveis para os governos que só se preocupavam em agradar os poderosos. Foi o Presidente Lula quem colocou a fome e a miséria na agenda política do país. Ele criou o Bolsa Família e arriscou a dizer que, desde a criação do salário mínimo em 1940, nenhuma outra medida mudou a vida de tanta gente no Brasil. Com a implantação do Brasil sem Miséria em 2011, ampliamos e aceleramos as ações de combate à fome e à pobreza extrema, e o resultado está aí: 22 milhões de pessoas que saíram da miséria só no meu governo. O que mais me alegra nisso tudo é que hoje, o Brasil tem a primeira geração de crianças que está nascendo e crescendo livre da miséria e da fome. Sei que ainda há muito a fazer para termos o Brasil que todos nós sonhamos, mas o fato é que estamos no caminho certo”.

HGPE MARINA SILVA (Tempo de fala: 1’57’’; 239 palavras)

Marina: “Sabe como é que a velha política atrasa a sua vida? É quando as autoridades que deviam cuidar da saúde e da segurança da sua família cuidam somente dos interesses dos grupos que dominam os partidos. É quando as empresas do Estado são corroídas pela corrupção. É quando o Governo distribui cargos e Ministérios para ter mais tempo de TV na Propaganda Eleitoral. Tudo isso precisa acabar”.

Narradora: “Marina tem propostas concretas para melhorar o Brasil. Destinar 10% da arrecadação bruta para a saúde. Hoje, são apenas 4%. Ensino em tempo integral em todos os estados. Passe livre para alunos das escolas públicas, começando pelo Ensino Médio. Estender para todo o Brasil o Programa Pacto pela Vida, que reduziu pela metade a violência em Pernambuco. Reduzir o desmatamento aumentar em 40% a área de florestas plantadas e criar um Conselho Nacional de Mudanças Climáticas. Investir em saneamento. Implantar a coleta seletiva e acabar com os lixões”.

Marina: “Nosso objetivo não é derrotar um adversário a qualquer custo, a qualquer preço e vencer uma eleição. Nosso objetivo é mudar a política, aposentar a Velha República, formar um governo com critérios de competência, compromisso, honestidade”.

Jingle (Gilberto Gil): “Vai chegar tão diferente ainda mais

Semelhante a todos nós

E é por isso que ela vai me entender

E escutar a nossa voz

Tantos tons tão desiguais

Da nação que Deus nos deu

Eu que sou ele que é ela

Ela que é você e eu.

Marina”.

ONDA 3

DEBATE AÉCIO NEVES I (Tempo de fala: 2’10”; 358 palavras)

Aécio: “Agradeço a emissora por essa oportunidade, cumprimento a candidata e começo dizendo que cada vai ficando mais claro que nós temos sim dois projetos para o país. Um, representado pela candidata oficial, que se contenta em comparar o presente com o passado, talvez, sem ter muito para apresentar em relação ao futuro. E a nossa que é a proposta do futuro desse país. A nossa proposta não se contenta em ver o Brasil crescendo menos que seus vizinhos, a inflação voltando a atormentar a vida do trabalhador, e os nossos indicadores sociais piorando a cada ano. Eu sou o candidato à Presidência da República para mudar de verdade o Brasil. Não apenas no slogan. E eu quero aqui me dirigir ao telespectador e à telespectadora e agradecer. Agradecer o privilégio que eu venho tendo ao longo de toda essa campanha, mas muito em especial dos últimos dias. Essa última semana eu estive no Paraná, estive na Bahia, na Paraíba, hoje no Rio de Janeiro, ontem no Rio Grande do Sul, e a forma como eu tenho sido recebido jamais sairá da minha mente e da minha memória. O Brasil quer mudança. Eu não sou mais o candidato de um partido político, eu sou o candidato que encarna o sentimento que os brasileiros podem muito mais do que estão tendo hoje. Nós merecemos ter um governo que respeite o dinheiro público, que melhore os nossos indicadores sociais, que uma o Brasil em torno de um grande e ousado projeto. Nós somos uma nação maravilhosa, não podemos continuar a ter uma educação de tão baixa qualidade. Nós somos um país com potencialidades econômicas extraordinárias, não podemos ver a nossa indústria e os nossos empregos na indústria indo embora. Eu portanto, hoje assumo a responsabilidade dessas mudanças, com altivez, com responsabilidade, com enorme amor ao Brasil. O que eu vi hoje de manhã no Rio de Janeiro, ao lado da minha mãe, da minha filha, da minha esposa, com mais de 20mil pessoas nas ruas, podem ter certeza que é algo que eu levarei comigo para sempre, para fazer um Brasil decente e honrado para todos os brasileiros e brasileiras”

DEBATE DILMA ROUSSEFF I (Tempo de fala: 0’50”; 89 palavras)

Narrador: “Combate à Inflação”.

Dilma: “Eu tenho um compromisso de combater a inflação de forma drástica e sistemática. A inflação não está descontrolada como colocam vocês, até porque vocês jogam no quanto pior. Eu considero muito grave a proposta de 3% de taxa de inflação, porque vai repetir a velha história de sempre. O cozinheiro é o mesmo: Armínio Fraga. A receita é a mesma: recessão, recessão, recessão. E o resultado: desemprego,

arrocho salarial e altas taxas de juros. A quem serve isso? Ao povo brasileiro que não é”.

DEBATE AÉCIO NEVES II (Tempo de fala: 1’02”; 158 palavras)

Aécio: “Candidata, não faça isso com os brasileiros. Meu Bolsa Família? Não é seu Bolsa Família. O Bolsa Família é daqueles que mais precisam e que estão espalhados neste país e vivendo este terrorismo pré-eleitoral que o programa vai acabar se seus adversários vencerem as eleições. Candidata, não queria nem corrigi-la, mas vou corrigi-la mais uma vez. Ao contrário do que disse no final do último debate, quando acabou o governo do presidente Fernando Henrique eram 5,1 milhões de famílias apenas no Bolsa Escola. A senhora não se lembra do nome dos programas, eu lhe ajudo: o Bolsa Alimentação, o Vale Gás. O ato que cria o Bolsa Família diz literalmente que o Bolsa Família é a união do Bolsa Escola, Bolsa Alimentação, Vale Gás e do Cadastro Único, mas nós não queremos ser donos disso. Ele é do povo brasileiro. Por isso, eu apresentei uma proposta para que o Bolsa Família se transformasse em um programa de Estado”.

DEBATE DILMA ROUSSEFF II (Tempo de fala: 1’33”; 191 palavras)

Narrador: “Investigação na Petrobrás”

Dilma: “Eu sei que há indícios de desvio de dinheiro. Eu nunca impedi a investigação candidato. Eu nunca impedi que falassem, que olhassem ou que verificassem o que estava acontecendo. Eu faço questão que a Polícia Federal investigue, candidato”.

Narrador: “A força da Petrobrás”.

Dilma: “Vocês, candidato, venderam 30% da Petrobrás no mercado, em ações, a preço de banana, candidato. Na época, a Petrobrás valia R\$15,5 bilhões. Hoje, a Petrobrás passou do patamar de R\$100 bilhões. Vocês não têm a menor moral para falar de valor da Petrobrás. O senhor disse que pensava, em algum momento, em privatizar a Petrobrás, mas que isto não estava ainda na pauta. Eu só fico pensando quando é que o senhor quer colocar na pauta. É denegrindo a Petrobrás, é dizendo que a Petrobrás perdeu valor? O que é isso candidato? A Petrobrás é a maior empresa desse país e a força dela, candidato, são seus trabalhadores, a sua capacidade de descobrir, o seu controle tecnológico. Eu sei candidato que vocês gostariam mais de ver a Petrobrás dividida entre as grandes empresas internacionais. Mas a Petrobrás será a maior empresa deste país por muitos anos.

JINGLE AÉCIO (Duração: 0’45”)

“Um novo Brasil para a gente, decente, maduro”.

Caminhando diferente

Pra frente, seguro

Acorda o país inteiro

Avisa o povo nas ruas
 Levanta Brasil guerreiro
 Vem junto que a pátria é sua
 A força que o Brasil precisa, chamou
 Aé, aé, aé, Aécio, eu vou (2x)”

Personalidades mencionadas: Wanessa Camargo, Zezé di Camargo, Chrystian, Henrique Portugal, Haroldo Ferreti, Tuca Fernandes, Renato Teixeira, Beto Guedes, Chitãozinho e Xororó, Sá, Fernando Brant, Cris do Morro, Tavito, Velha Guarda da Mangueira

JINGLE DILMA ROUSSEFF (Duração: 2’15”)

“É claro meu Brasil que o 13 é melhor
 São milhões que corações, numa batida só
 É o pobre em um lugar, amigo, onde nunca se viu
 É Dilma, é guerreira, aperta o play do Brasil.

Vamos Dilma presidente, com a força da verdade
 Em busca dos nossos sonhos, fé, amor e liberdade
 Viver, é também chorar, mas não podemos deixar
 De todo dia regar a flor da felicidade.

Cultura, presente, Dilma presidente.
 O povo presente, [é nós] com coração valente.

Um novo Brasil, um novo amanhecer
 O que a gente quer, Dilma presidente
 Um novo Brasil, para mim e para você
 O que a gente quer, Dilma novamente.

Corações valentes, somos milhões,
 Novo governo, novas ideias, novas missões,
 Caminhamos por mapas que não pisaremos mais
 E erradicamos a fome, a miséria ficou para trás
 Aeroportos clandestinos, presídios, vamos pensar
 Diminuir a maioria para nos exterminar, não adianta chorar
 O amor venceu o ódio e o povo é que vai brilhar.

Mulher, mulher, o que a gente quer, Dilma novamente
 A mulher que vai cuidar da gente,


A alma guerreira, coração valente,
Por isso nossa estrela vai brilhar
E o Brasil, vai ganhar

Esse samba, para nossa presidenta Dilma Rousseff
E o que a gente quer, Dilma novamente.
É o 13”.

Personalidades mencionadas: Dream Team do Passinho, Lirinha, Arthur Maia, Antonio Pitanga, Chico César, Fred Zero Quatro, Serjão Loroza, Tereza Cristina, Elza Soares, GOG, Beth Carvalho, Renegado, Carlos Dafé, Otto, Marina Lima, Zeca Baleiro, Chico Buarque.

ANEXO 5

Características Disponíveis para Avaliar Candidatos

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ Setor de Ciências Humanas e Letras Mestrado em Ciência Política ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE – Material de Apoio</p>			
PREPARO	FALA BEM EM PÚBLICO	LIDERANÇA	
INTELIGÊNCIA	EXPERIÊNCIA	SIMPATIA	
ATENCIOSIDADE	EXPRESSA BEM AS IDÉIAS	CORAGEM	
VESTE-SE BEM	COMPETÊNCIA	BOA APARÊNCIA	
CONVICÇÃO	HONESTIDADE	SABEDORIA	
<p>Pesquisadora: Jaqueline Kleine Buckstegge</p>			<p>Roteiro: _____ Onda _____ Folha _____</p>

ANEXO 6

Notícias Utilizadas

Cenário Geral	<p><i>Carta Capital – 21/10/2014</i> Diferenças e vulnerabilidades de Dilma e Aécio Ele parece não ter compromisso com o social, enquanto ela comanda a economia de forma autocrática e gera desconfiança</p>
	<p><i>Estadão – 17/10/2014</i> Aécio e Marina trocam elogios em primeiro evento oficial No primeiro evento oficial ao lado de Marina Silva (PSB) após receber o apoio da ex-ministra no segundo turno, o candidato à Presidência Aécio Neves (PSDB) reforçou mensagens ligadas à sustentabilidade em seu discurso. “Nenhum avanço será completo em a sustentabilidade, por isso a nossa parceria”, disse, ao dirigir-se a Marina.</p>
	<p><i>Estadão – 21/10/2014</i> Bolsa cai 3,4% após vantagem de Dilma em pesquisa eleitoral Cenário político voltou a influenciar o mercado financeiro e a bolsa encerrou no menor nível desde 5 de junho; dólar fechou em alta de 0,45%, a R\$ 2,474</p>
Pesquisas Eleitorais	<p><i>Carta Capital – 22/10/2014</i> Datafolha repete vantagem de 52% a 48% para Dilma Nova pesquisa foi realizada na terça-feira 21 e mostrou aumento significativo do otimismo com a economia</p>
	<p><i>Folha de São Paulo – 15/10/2014</i> Aécio mantém 51% das intenções de voto, ante 49% de Dilma, diz Datafolha Sem linha fina</p>
	<p><i>Folha de São Paulo – 21/10/2014</i> ‘Pelo o que vimos do primeiro turno, estou eleito’, diz Aécio Neves sobre Datafolha Sem linha fina</p>
Debates	<p><i>Estadão – 20/10/2014</i> No penúltimo debate, nada de ataque pessoal Na Record, Dilma e Aécio evitam citar familiares, tentam priorizar propostas, mas denúncias envolvendo governos petistas e tucanos não ficam de fora</p>
	<p><i>Folha de São Paulo – 20/10/2014</i> O que Dilma e Aécio disseram no debate, mas não é bem assim... No terceiro e penúltimo debate entre os presidenciáveis no segundo turno, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) abandonaram os ataques pessoais que marcaram os últimos confrontos.</p>
Imprensa Internacional	<p><i>InfoMoney – 22/01/2014</i> NYT elogia Brasil, governo Dilma e ressalta: “País pode ter a resposta para os EUA” Em meio a tantas críticas feitas ao País pela mídia internacional, colunista do jornal norte-americano destaca ascensão da classe média e redução da pobreza e vê que EUA podem aprender com experiência brasileira</p>
	<p><i>Estadão – 17/10/2014</i> ‘The Economist’: Por que o Brasil precisa mudar Leia a íntegra do editorial da publicação britânica, que sugere que o Brasil deveria livrar-se de Dilma e eleger Aécio Neves.</p>
Famosos	<p><i>Pragmatismo Político – 15/10/2014</i> As estrelas de Dilma e Aécio Artistas, escritores, intelectuais, apresentadores, cantores e até</p>

	jogadores de futebol, confira os famosos que integram os times de Dilma Rousseff e Aécio Neves
Escândalos	<i>Estadão – 10/10/2014</i> Dilma avalia com aliados impactos das denúncias de ex-diretor Primeiras orientações da campanha são de rebater às declarações sobre suspeitas de esquema de corrupção na Petrobrás
	<i>Folha de São Paulo – 18/10/2014</i> Ex-diretor da Petrobrás diz que tucano cobrou R\$10 milhões de propina Sem linha fina
	<i>Folha de São Paulo – 21/10/2014</i> Procuradoria apura se Aécio cometeu improbidade em obra de aeroporto Sem linha fina
Clima Eleitoral	<i>Carta Capital – 21/10/2014</i> Lula: nunca vi ódio como o que eu vejo pelo PT Em evento com artistas e intelectuais, ex-presidente cita o “neto do doutor Tancredo” e atribui a Aécio o que diz ser uma campanha de ódio contra os petistas
	<i>Folha de São Paulo – 22/10/2014</i> 71% criticam agressividade na eleição Sem linha fina

ANEXO 7

Contextos e Quadros Emocionais Discriminados

ID01

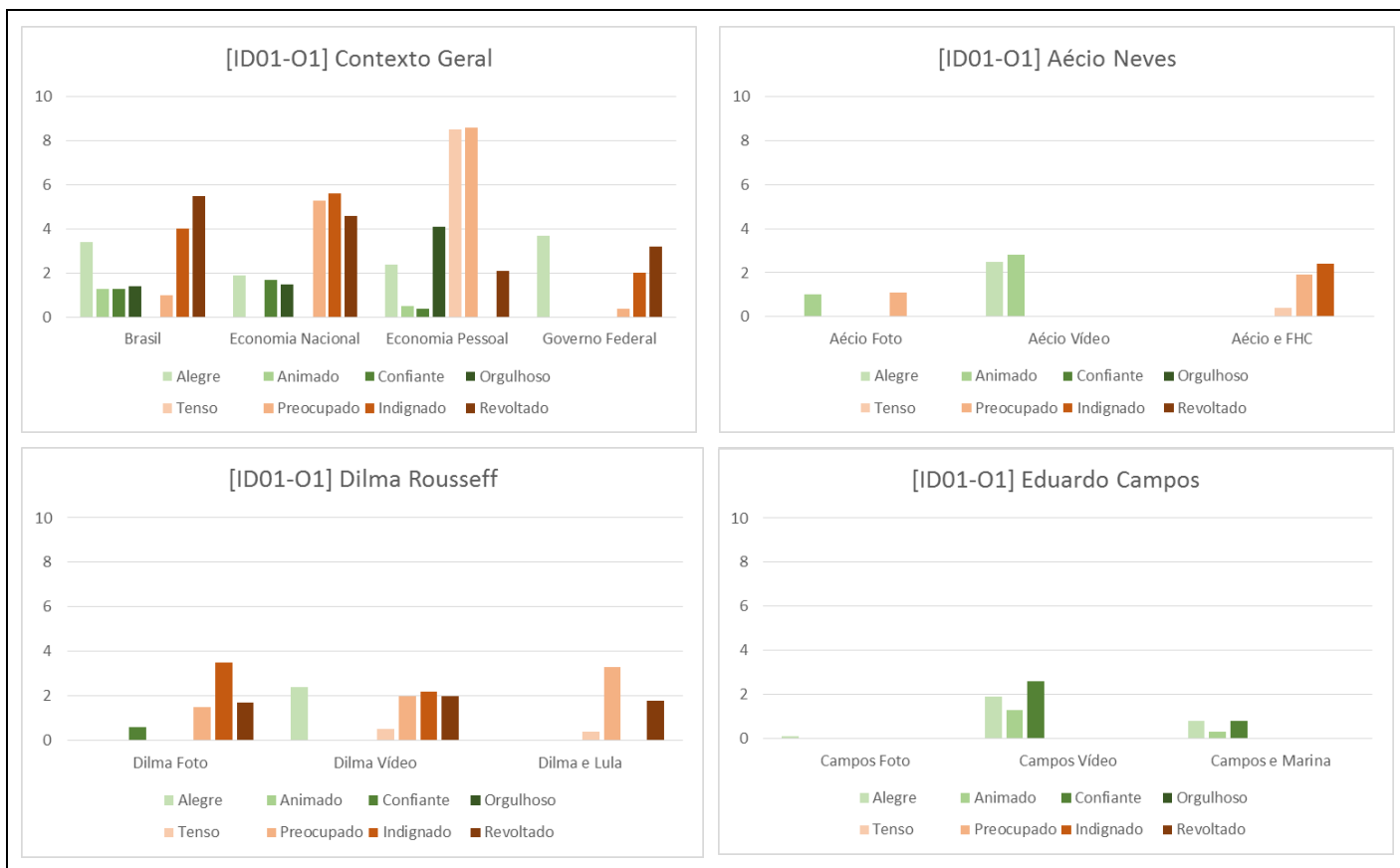


Figura A8.1. Contexto Emocional ID01, Onda 01.
 Fonte: Autora



Figura A8.2. Contexto Emocional ID01, Onda 02.
 Fonte: Autora



Figura A8.3. Contexto Emocional ID01, Onda 03.
Fonte: Autora

ID02



Figura A8.4. Contexto Emocional ID02, Onda 01.
Fonte: Autora



Figura A8.5. Contexto Emocional ID02, Onda 02.
 Fonte: Autora



Figura A8.6. Contexto Emocional ID02, Onda 03.
 Fonte: Autora

ID03



Figura A8.7. Contexto Emocional ID03, Onda 01.
Fonte: Autora



Figura A8.8. Contexto Emocional ID03, Onda 02.
Fonte: Autora



Figura A8.9. Contexto Emocional ID03, Onda 03.

Fonte: Autora

ID04



Figura A8.10. Contexto Emocional ID04, Onda 01.

Fonte: Autora



Figura A8.11. Contexto Emocional ID04, Onda 02.

Fonte: Autora



Figura A8.12. Contexto Emocional ID04, Onda 03.

Fonte: Autora

ID05



Figura A8.13. Contexto Emocional ID05, Onda 01.

Fonte: Autora

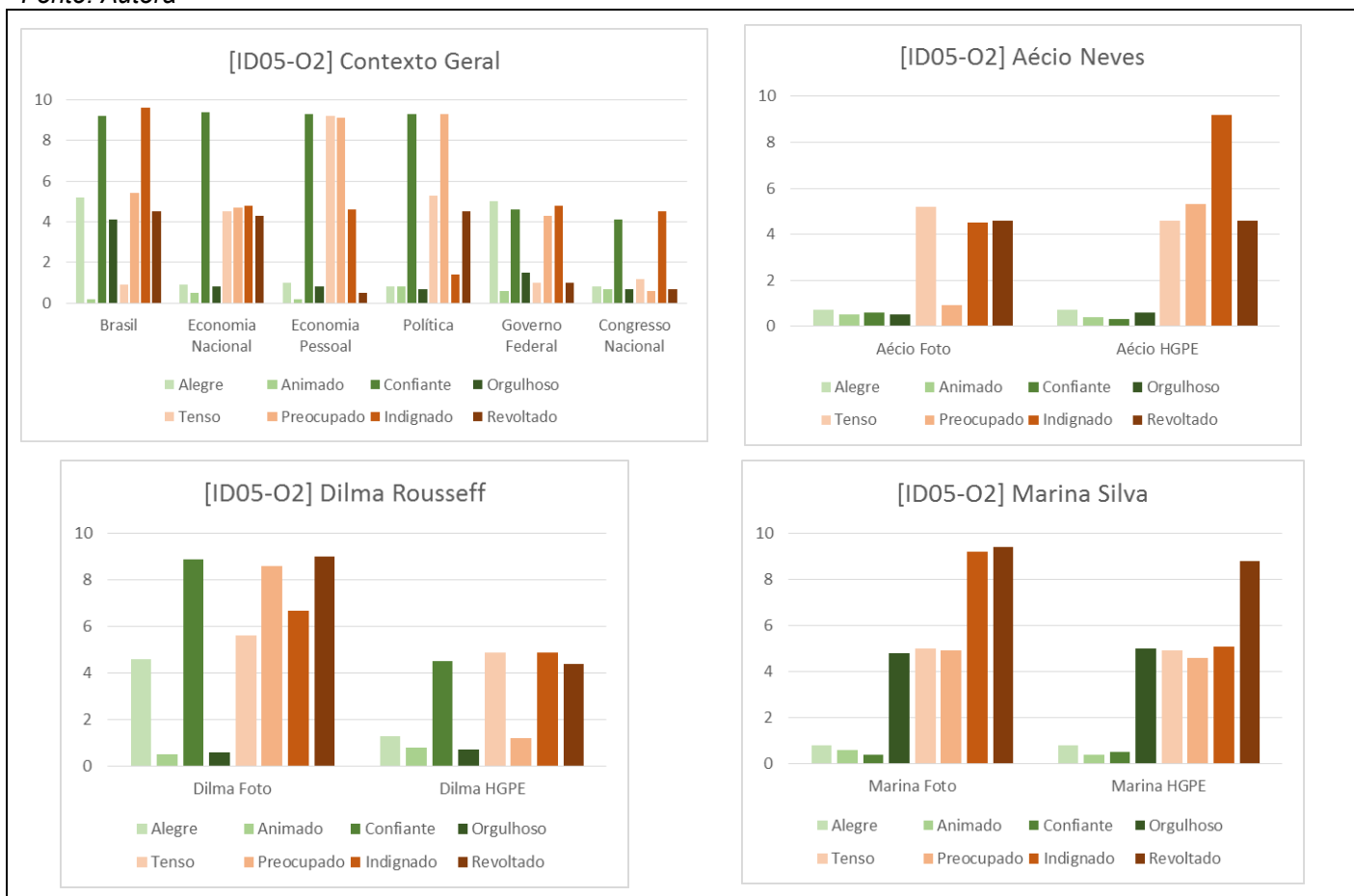


Figura A8.14. Contexto Emocional ID05, Onda 02.

Fonte: Autora



Figura A8.15. Contexto Emocional ID05, Onda 03.
 Fonte: Autora

ID06

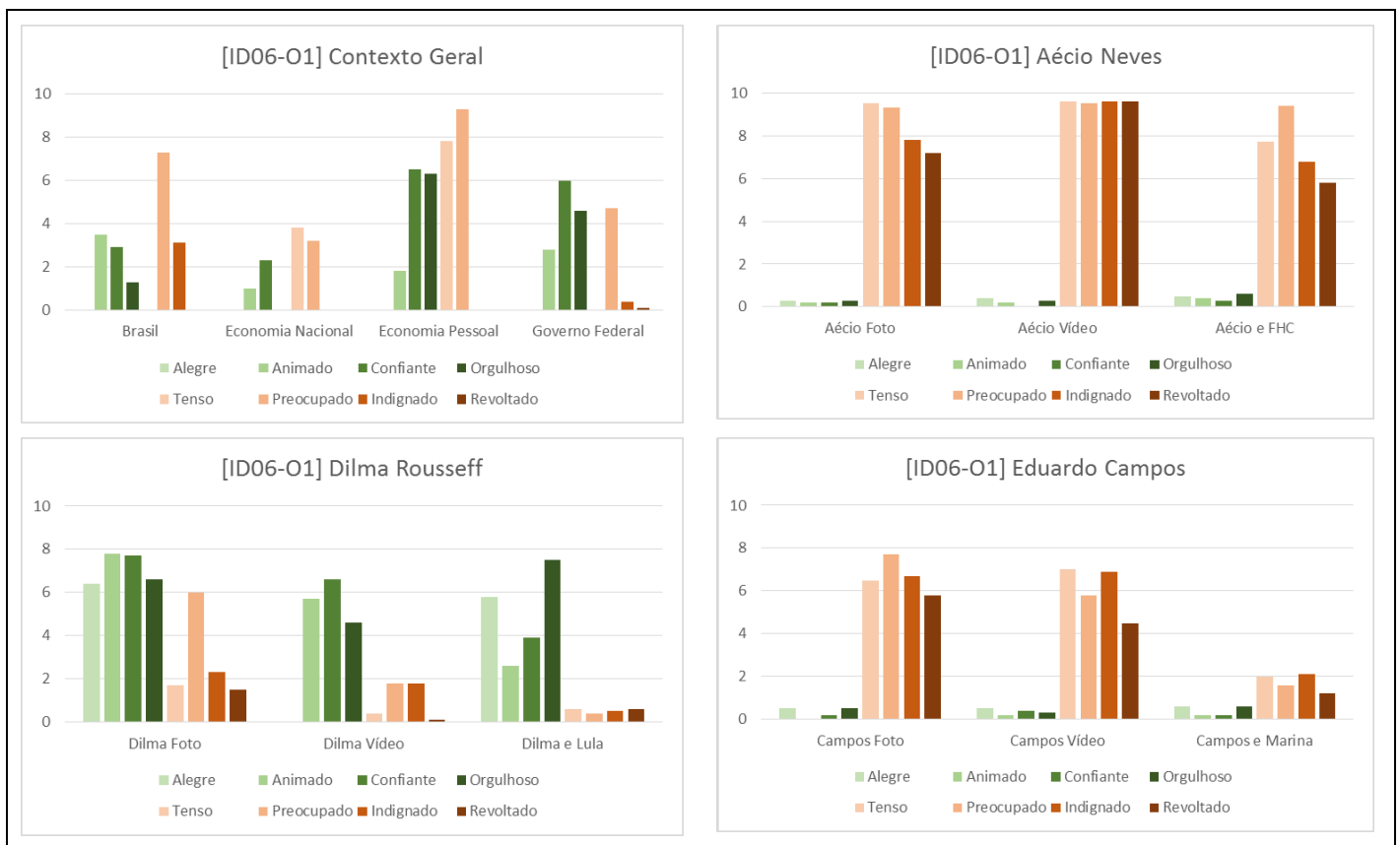


Figura A8.16. Contexto Emocional ID06, Onda 01.
 Fonte: Autora

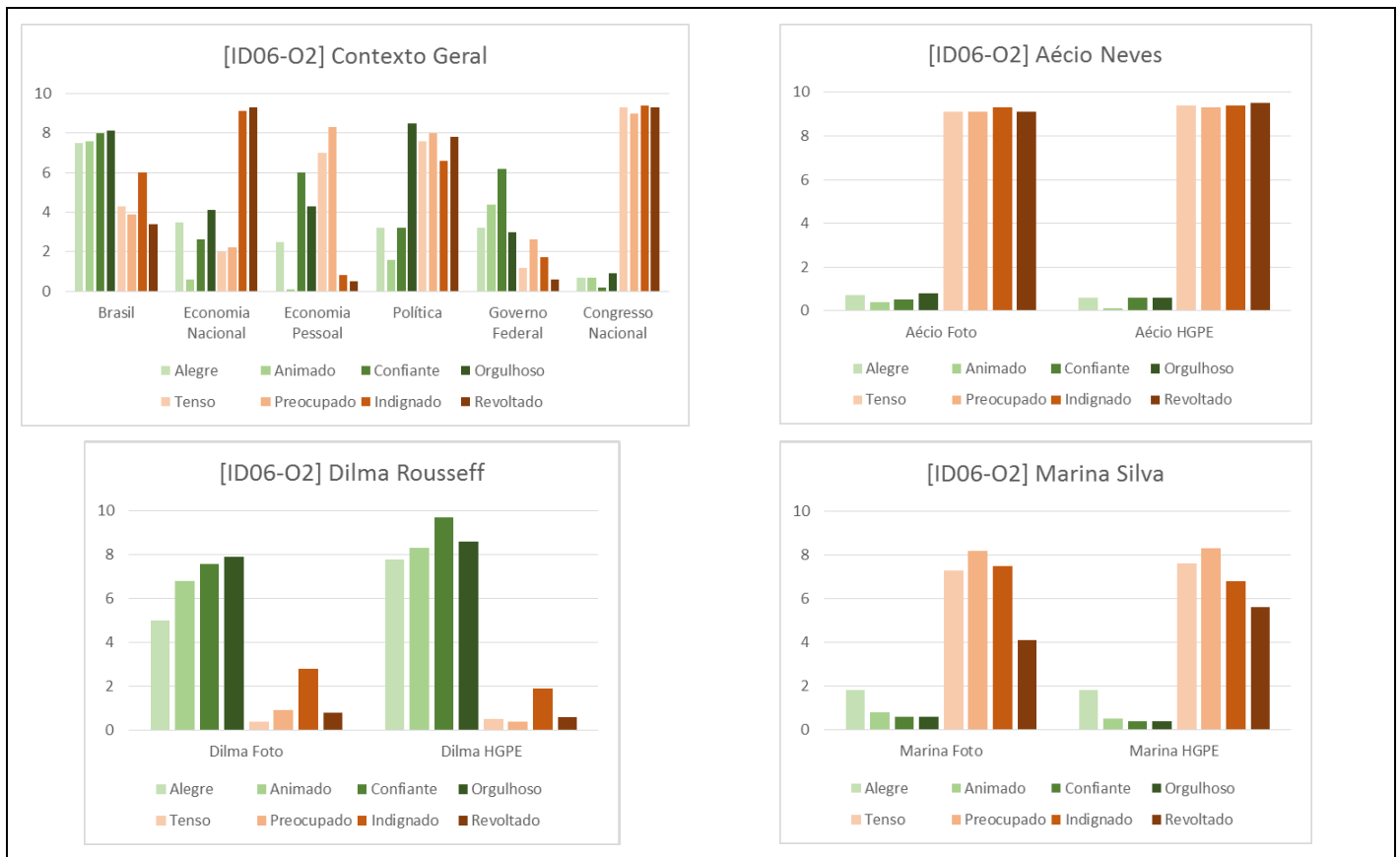


Figura A8.17. Contexto Emocional ID06, Onda 02.
 Fonte: Autora

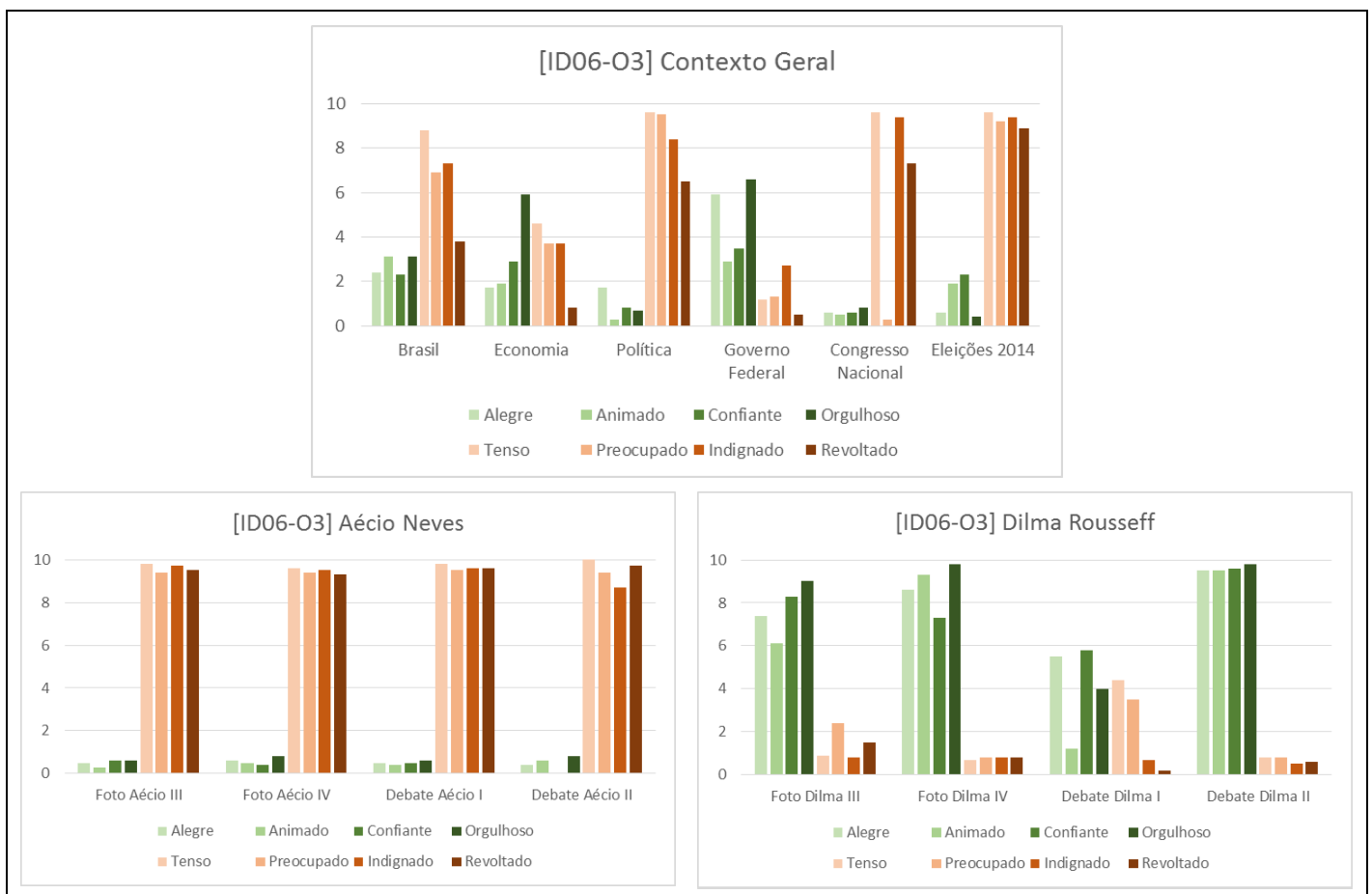


Figura A8.18. Contexto Emocional ID06, Onda 03.
 Fonte: Autora

ID07

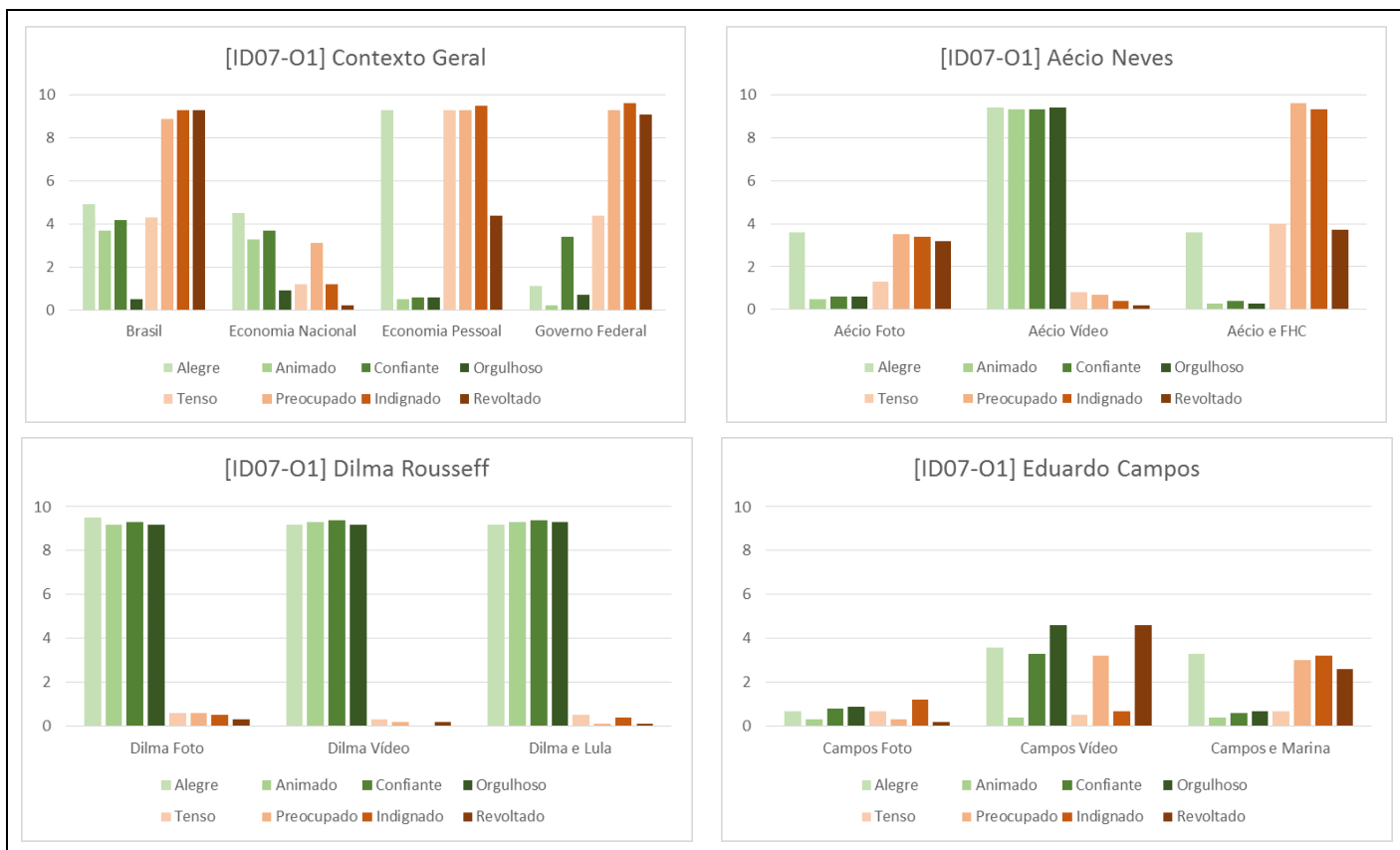


Figura A8.19. Contexto Emocional ID07, Onda 01.
Fonte: Autora



Figura A8.20. Contexto Emocional ID07, Onda 02.
Fonte: Autora

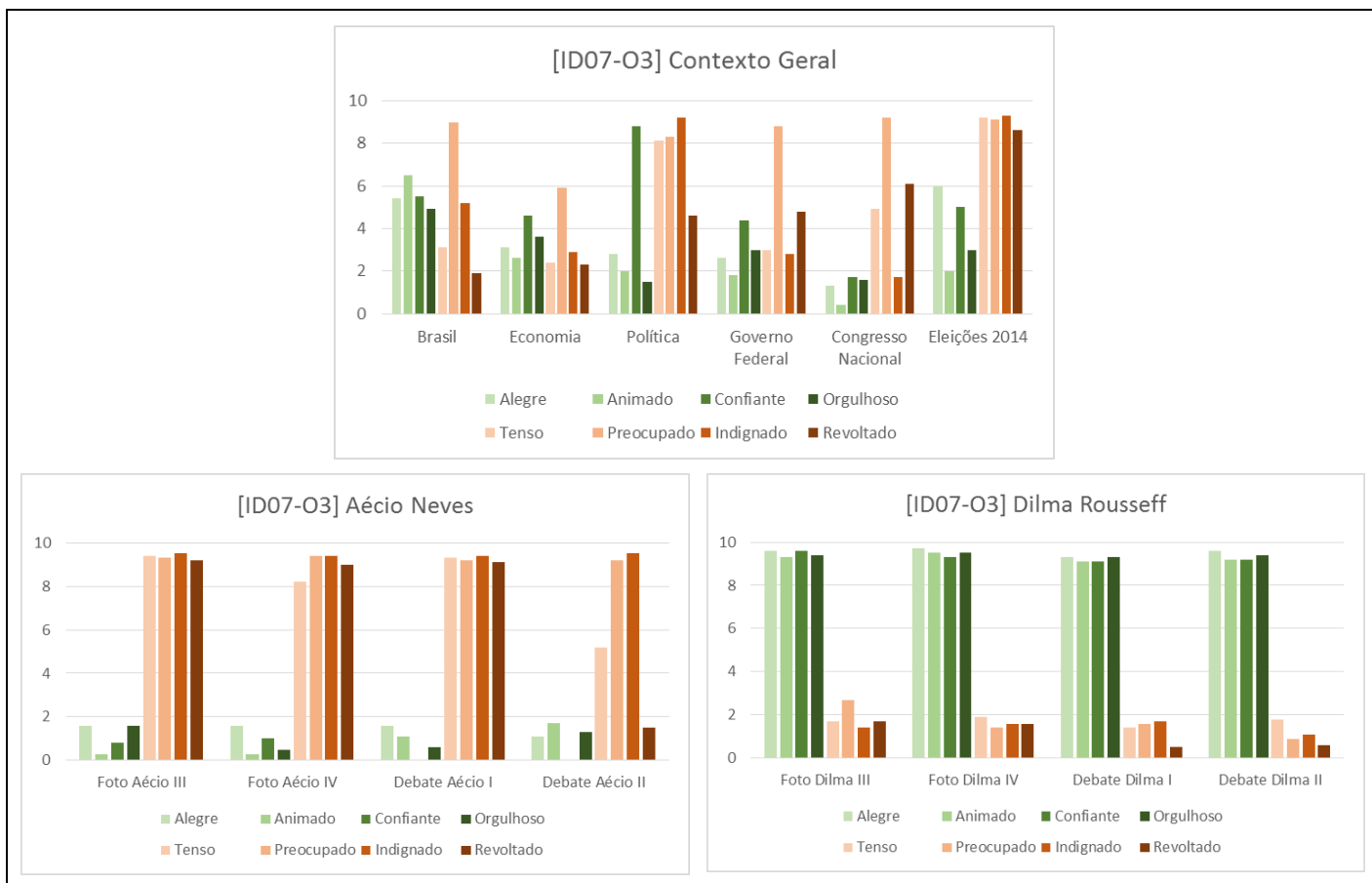


Figura A8.21. Contexto Emocional ID07, Onda 03.
 Fonte: Autora

ID08

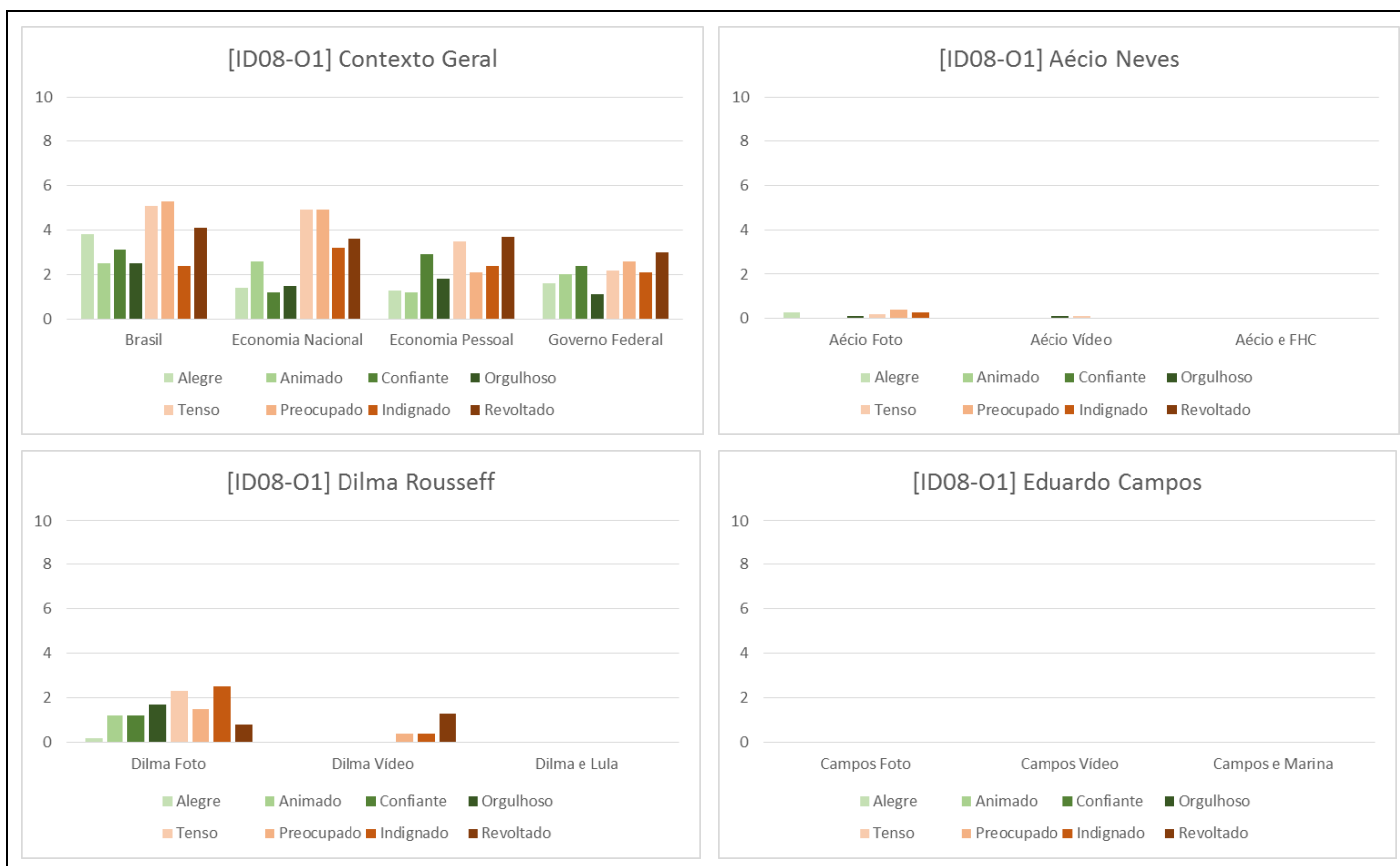


Figura A8.22. Contexto Emocional ID08, Onda 01.
 Fonte: Autora

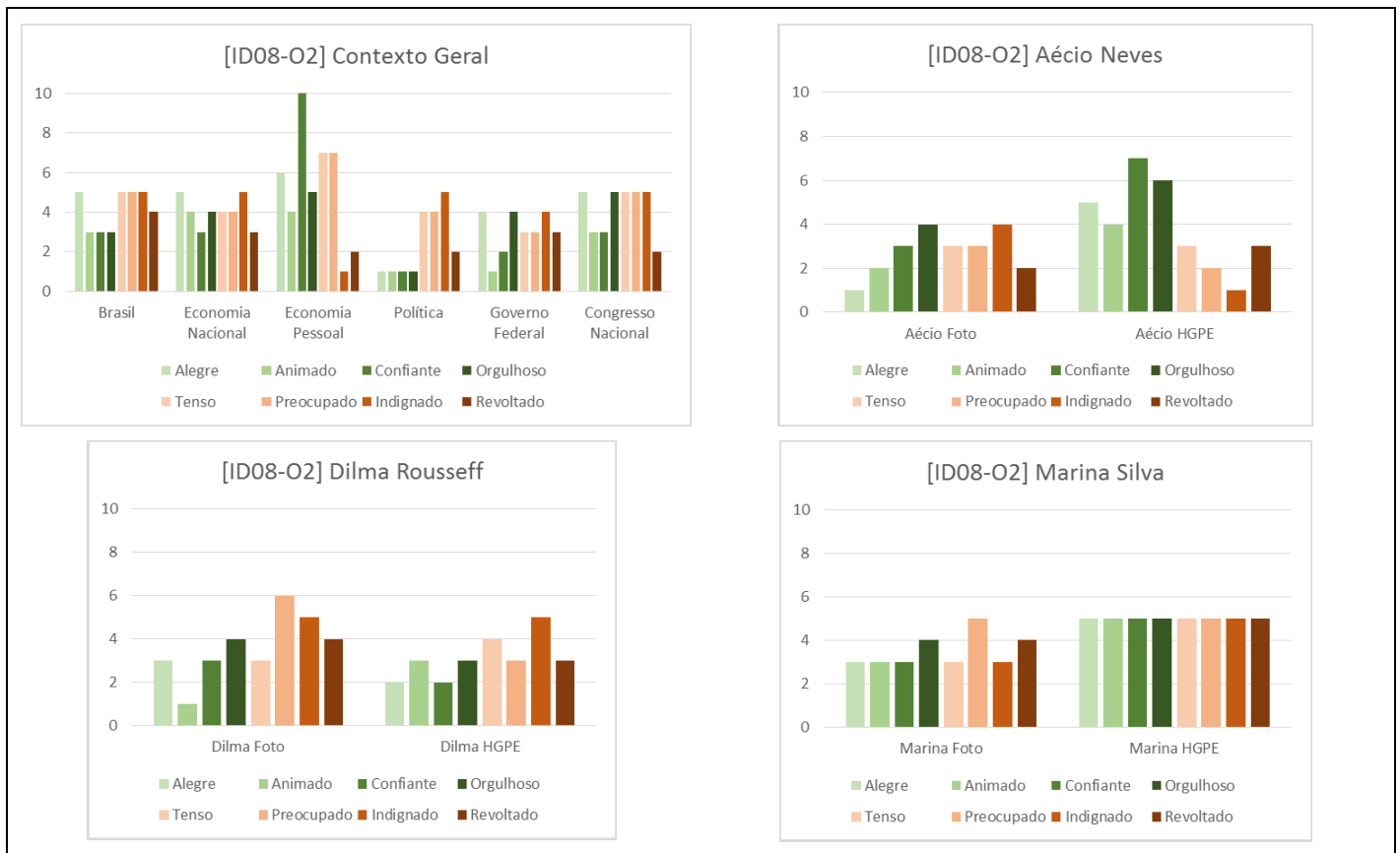


Figura A8.23. Contexto Emocional ID08, Onda 02.
Fonte: Autora



Figura A8.24. Contexto Emocional ID08, Onda 03.
Fonte: Autora

ID10

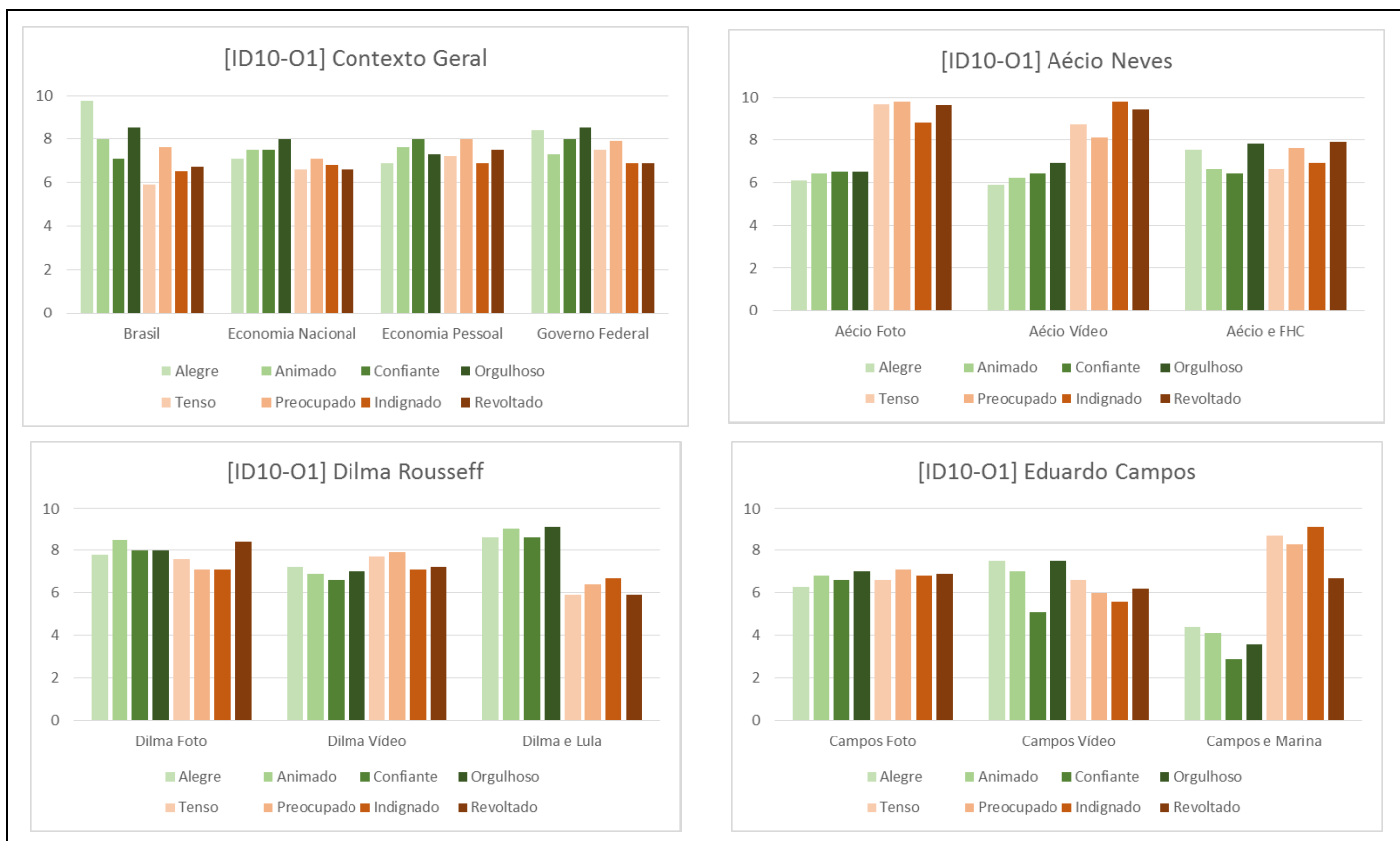


Figura A8.25. Contexto Emocional ID10, Onda 01.
Fonte: Autora



Figura A8.26. Contexto Emocional ID10, Onda 02.
Fonte: Autora

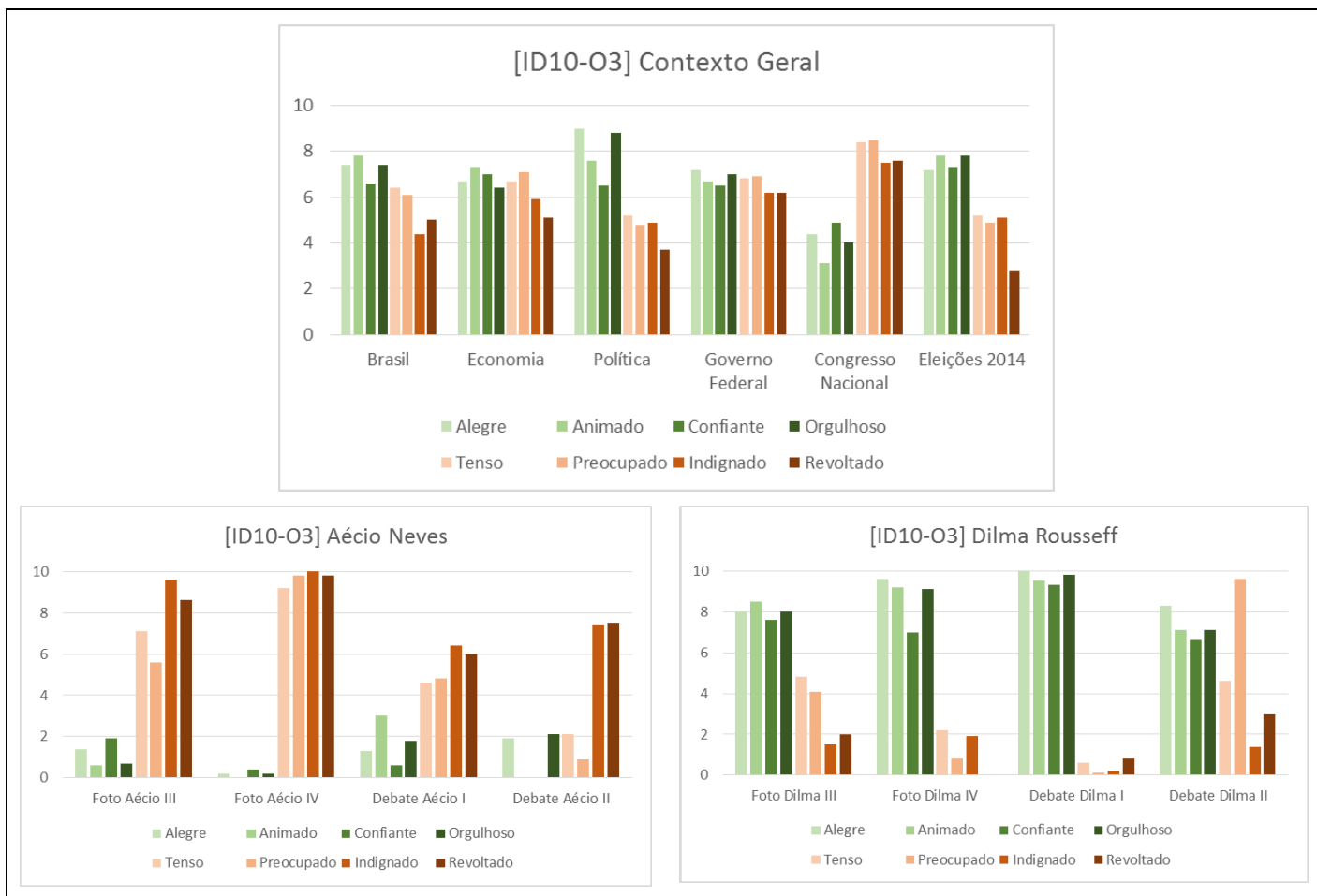


Figura A8.27. Contexto Emocional ID10, Onda 03.
Fonte: Autora

ID14

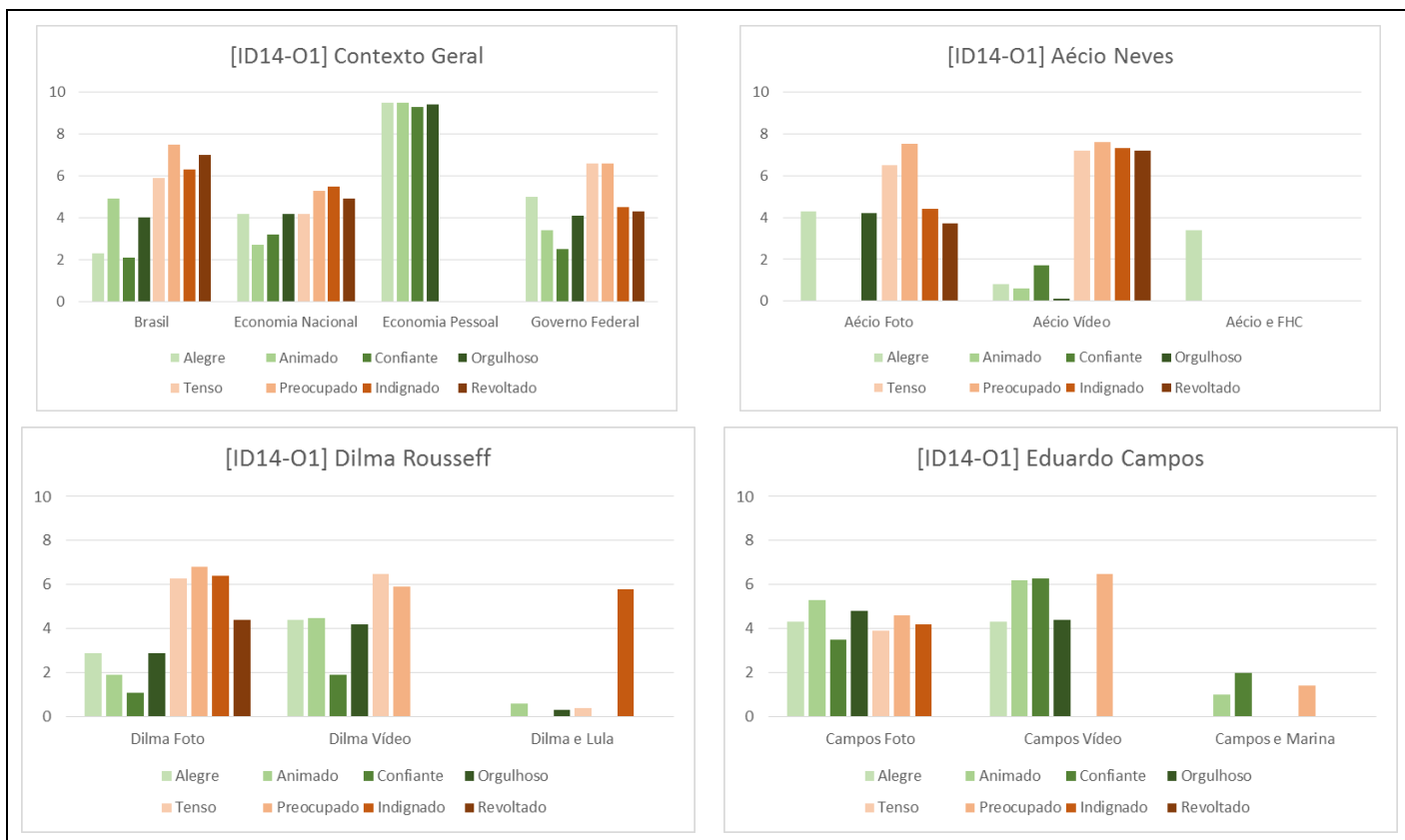


Figura A8.28. Contexto Emocional ID14, Onda 01.
Fonte: Autora

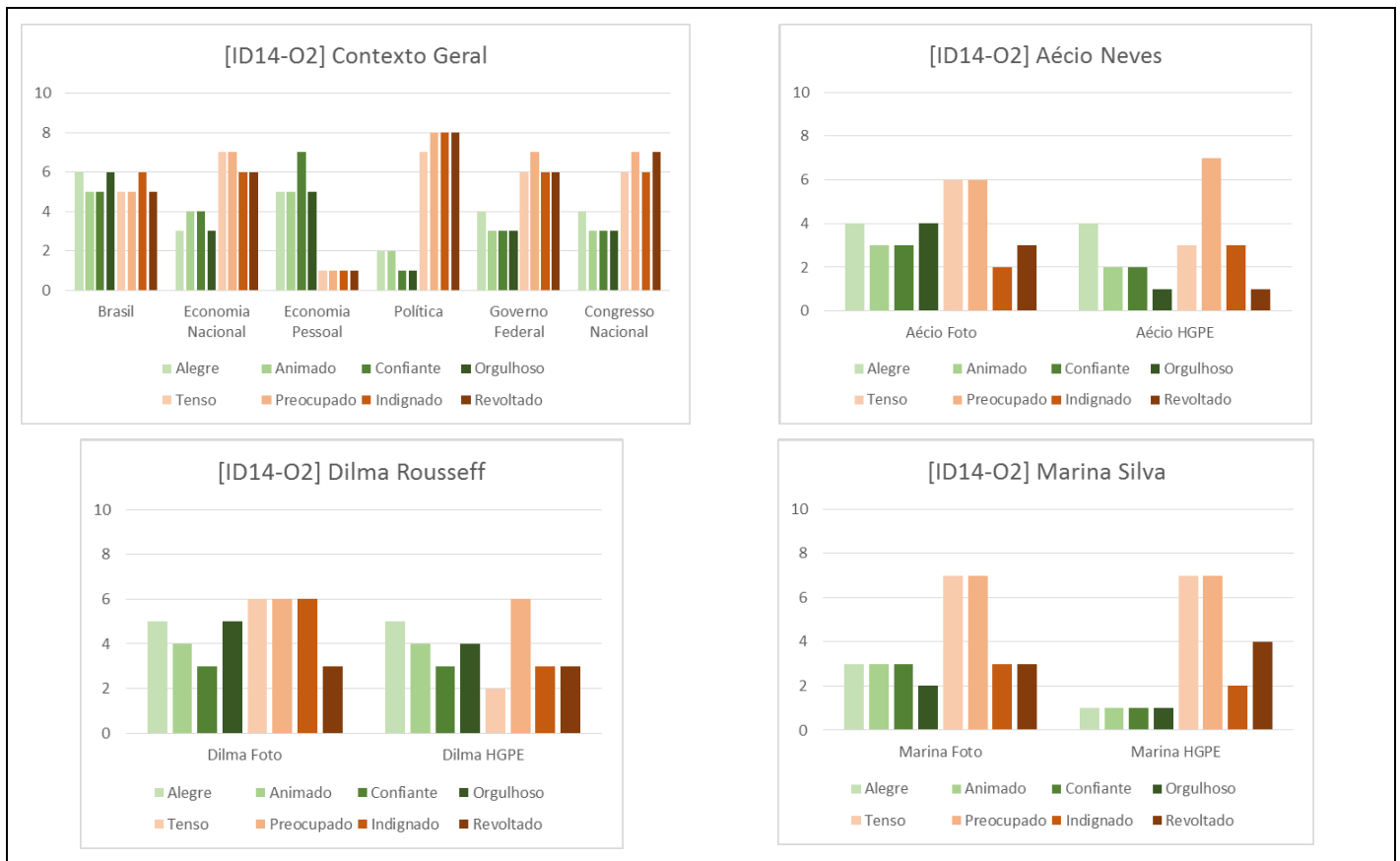


Figura A8.29. Contexto Emocional ID14, Onda 02.
 Fonte: Autora



Figura A8.30. Contexto Emocional ID14, Onda 03.
 Fonte: Autora

ID15

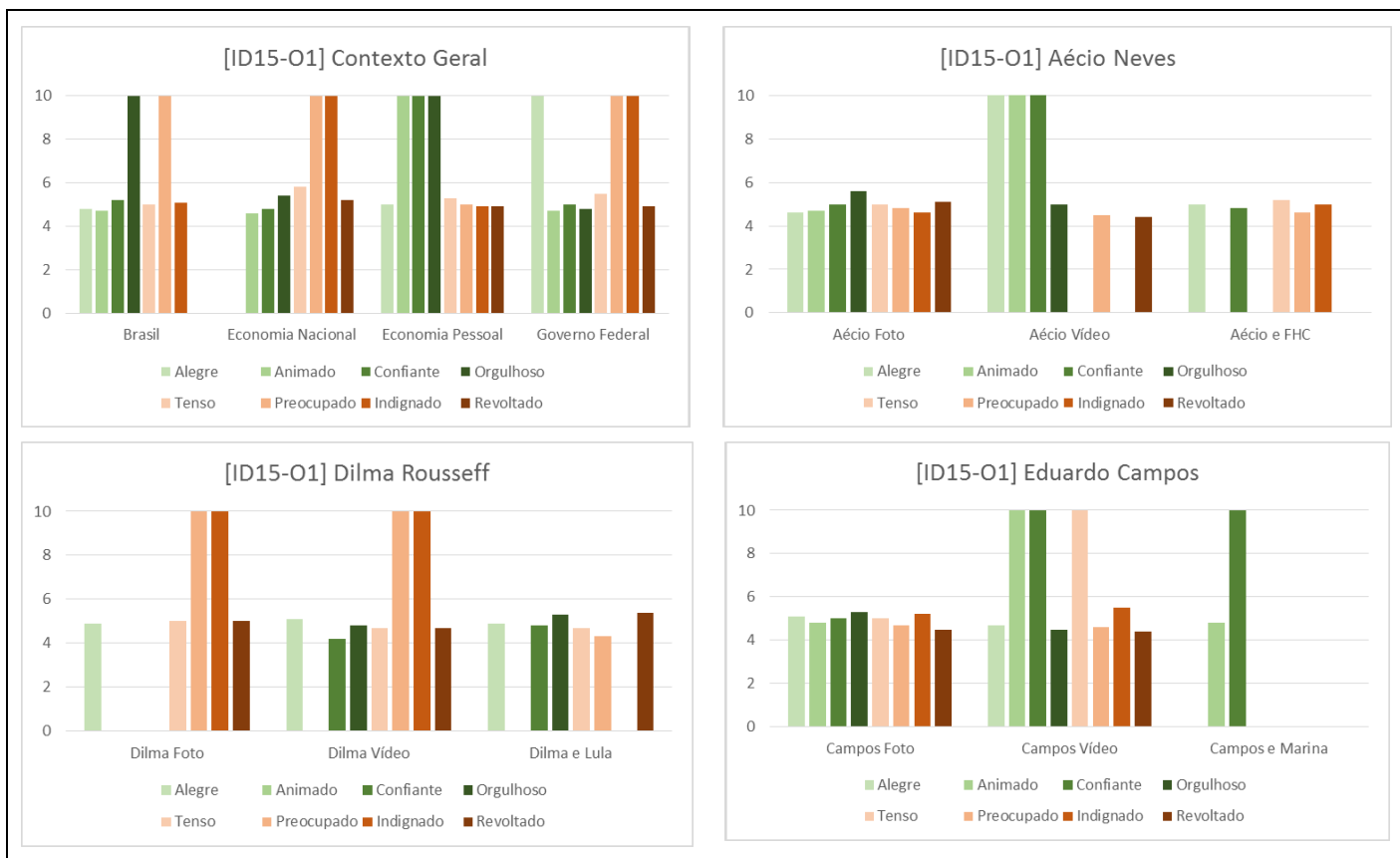


Figura A8.31. Contexto Emocional ID15, Onda 01.
Fonte: Autora

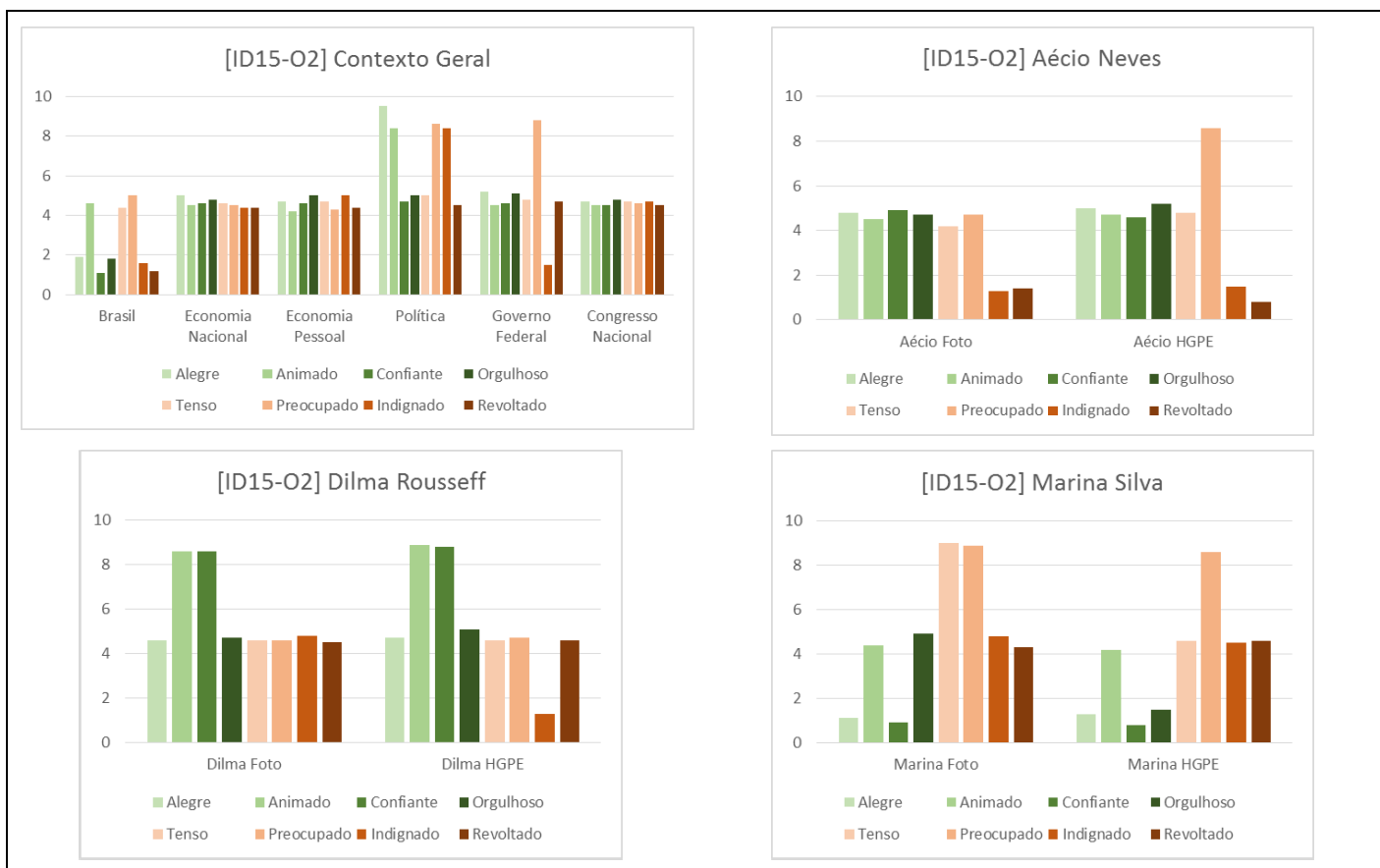


Figura A8.32. Contexto Emocional ID15, Onda 02.
Fonte: Autora

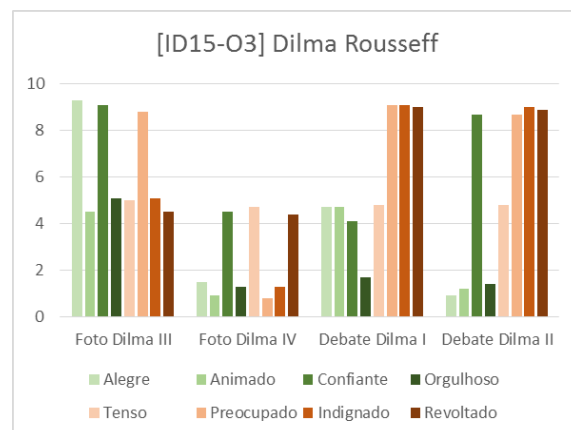
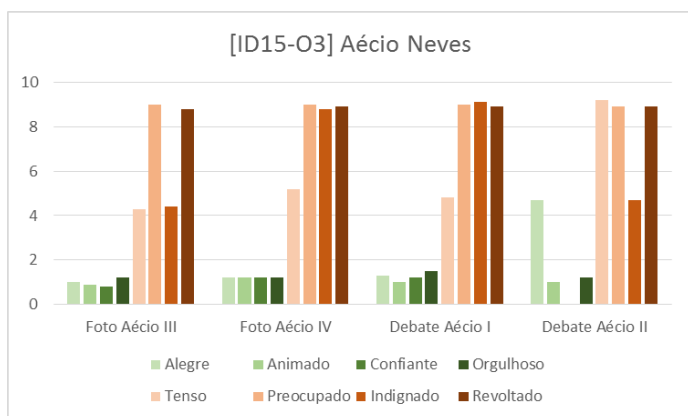
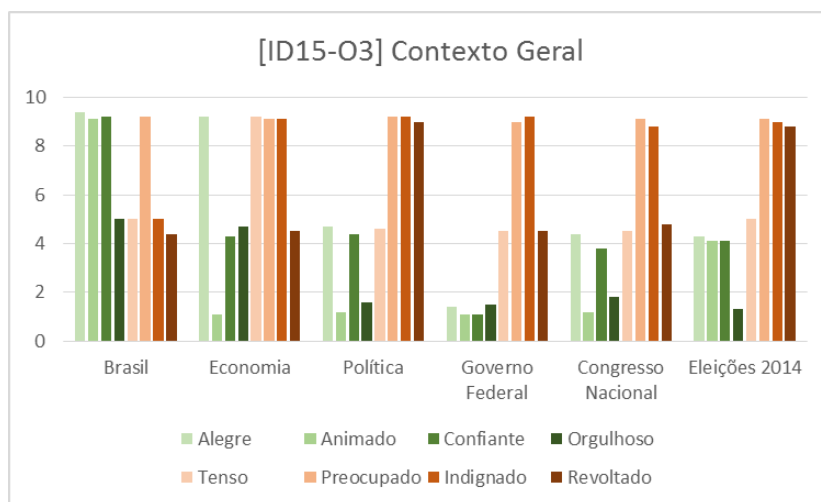


Figura A8.33. Contexto Emocional ID15, Onda 03.
 Fonte: Autora

Buckstegge, Jaqueline Kleine

A construção do voto: análise do processo decisório nas eleições presidenciais de 2014 / Jaqueline Kleine Buckstegge. – Curitiba, 2016.
150 f.

Orientador: Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi

Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.

1. Ciência política. 2. Eleições – Brasil. 3. Processo eleitoral. I. Título.

CDD 324.981



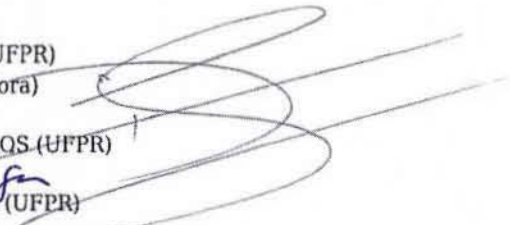
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS HUMANAS
Programa de Pós Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA
Código CAPES: 40001016061P2

ATA DE SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM CIÊNCIA POLÍTICA

No dia vinte e nove de Abril de dois mil e dezesseis às 09:00 horas, na sala CPOP, General Carneiro, 460 - 9º andar - sala 908, do Setor de CIÊNCIAS HUMANAS da Universidade Federal do Paraná, foram instalados os trabalhos de arguição da mestranda **JAQUELINE KLEINE BUCKSTEGGE** para a Defesa Pública de sua Dissertação intitulada: "**A CONSTRUÇÃO DO VOTO: ANÁLISE DO PROCESSO DECISÓRIO NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014**". A Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná, foi constituída pelos seguintes Professores Doutores: EMERSON URIZZI CERVI (UFPR), DOACIR GONÇALVES DE QUADROS (UNINTER), LUCIANA FERNANDES VEIGA (UFPR). Dando início à sessão, a presidência passou a palavra a discente, para que a mesma expusesse seu trabalho aos presentes. Em seguida, a presidência passou a palavra a cada um dos Examinadores, para suas respectivas arguições. A aluna respondeu a cada um dos arguidores. A presidência retomou a palavra para suas considerações finais e, depois, solicitou que os presentes e a mestranda deixassem a sala. A Banca Examinadora, então, reuniu-se sigilosamente e, após a discussão de suas avaliações, decidiu-se pela APROVAÇÃO da aluna. A mestranda foi convidada a ingressar novamente na sala, bem como os demais assistentes, após o que a presidência fez a leitura do Parecer da Banca Examinadora. Nada mais havendo a tratar a presidência deu por encerrada a sessão, da qual eu, EMERSON URIZZI CERVI, lavrei a presente ata, que vai assinada por mim e pelos membros da Comissão Examinadora.

Curitiba, 29 de Abril de 2016.


Prof EMERSON URIZZI CERVI (UFPR)
(Presidente da Banca Examinadora)


Prof DOACIR GONÇALVES DE QUADROS (UFPR)
Prof LUCIANA FERNANDES VEIGA (UFPR)





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS HUMANAS
Programa de Pós Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA
Código CAPES: 40001016061P2

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **JAQUELINE KLEINE BUCKSTEGGE**, intitulada: "**A CONSTRUÇÃO DO VOTO: ANÁLISE DO PROCESSO DECISÓRIO NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014**", após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVADO.

Curitiba, 29 de Abril de 2016.


Prof EMERSON URIZZI CERVI (UFPR)
(Presidente da Banca Examinadora)

Prof D^o ACIR GONÇALVES DE QUADROS (UFPR)

Prof LUCIANA FERNANDES VEIGA (UFPR)
