

Estudos Eleitorais

TSE - N. 3, set./dez. 1997

A democracia eletrônica: a questão das sondagens de opinião e dos *mass media* no sistema eleitoral

Dayse Vasconcelos Mayer

Bacharela em Direito e em Filosofia, pelas Faculdades de Direito e de Filosofia de Recife, Pernambuco, e mestra em Ciências Jurídico-Políticas pela Faculdade de Direito de Lisboa. Atualmente, é, nesta última, professora assistente em Ciência Política e Direito Constitucional. Entre outros livros, publicou *Os grupos de pressão na transição democrática da Nova República brasileira, 1985-1988*, *O Novo Leviathan: a visão do Estado em Hobbes e O pensamento revolucionário no constitucionalismo norte-americano: o contributo de Thomas Paine*.

Nas entrecapas das estruturas formais de todo o sistema que busca apoio substancial na técnica, escondem-se e vicejam questões de princípios e valores, problemas teórico-doutrinários e ideologias que devem ser teoricamente confirmados ou afrontados.

Aplica-se tal linha de entendimento ao sistema político em geral e ao *sistema eleitoral* em particular. Com efeito, a revolução nos processos de produção científica, ocorrida com mais intensidade neste século¹ nas tecnologias da informação e comunicação (TIC), logrou provocar mutações várias nos sistemas em geral e em particular no conceito de democracia, sendo responsável, inclusive, pela produção, invento ou surgimento da expressão *democracia eletrônica*, utilizada nesta epígrafe.²

¹ Não se trata, efetivamente, de um fenómeno novo, porquanto há muitas e importantes tecnologias de comunicação e informação anteriores ao computador para confirmar o entendimento de que o progresso humano é um *continuum*, mesmo porque é impossível o congelamento da ciência por meio da interrupção do seu desenvolvimento. Aplica-se igual raciocínio no que respeita à evolução da sociedade.

² Convém recordar o fato de que a democracia do século XX nasceu sob a égide da liberdade de expressão. Acentue-se que o primeiro aditamento à Constituição norte-americana de 1791 consagrou, ao lado da liberdade de religião, a liberdade de expressão (*freedom of speech or of the press*) nos seguintes termos: art. 1º "É vedado ao Congresso estabelecer qualquer religião de Estado ou proibir o livre exercício de qualquer culto e restringir a

Tecer considerações sobre *democracia eletrônica* é buscar, na multiplicidade de concepções e análises críticas existentes, um elemento que se deseja comum ou acorde, em razão da volatibilidade das doutrinas ou idéias existentes. Estas se orientam ora na direção do aperfeiçoamento e diversificação das práticas políticas representativas, ora na ampliação dos canais de acesso da opinião pública à informação; e, finalmente, na abertura para novas possibilidades de aperfeiçoamento do pacto social via democracia direta. Interessa aqui, particularmente, a questão da *democracia direta* facilitada, sobretudo, pelo uso do computador e pelas sondagens de opinião.

1. *Democracia eletrônica* versus democracia direta

Foi salientada a questão de que, por trás das posições correntes e das paixões não consensuais pela técnica, esconde-se, nesta transição de século, o desejo de criação de uma nova modalidade de democracia: a *democracia eletrônica* coadjuvante ou propiciadora de uma desejada *democracia direta*. Por outras palavras, a *democracia direta* seria o núcleo, essência e sede da *democracia eletrônica*.

Primeiramente deve ser feito o reparo de que uma democracia direta, enquanto produto ou obra da técnica não traduz o entendimento ou posição defendida neste artigo. Tal ocorre por três razões essenciais. Em primeiro lugar, a expressão *democracia eletrônica* é aqui utilizada como variante técnica de um sistema político que se deseja amplo, dinâmico, aberto e flexível: a democracia representativa. Em segundo, as sondagens eleitorais são analisadas neste artigo na condição de instrumentos ou *plus* da *democracia representativa*. Em terceiro, confundir *democracia eletrônica* com *democracia direta* é descuidar-se de algumas impossibilidades básicas e estruturais, relacionadas com a observância do princípio da igualdade em termos de:

liberdade de palavra e de imprensa, o direito dos cidadãos de se reunirem pacificamente e o de apresentarem petições ao Governo para reparação de injustiças". V. MIRANDA, Jorge. *Constituições de diversos países*. 3. ed. v. 1, p. 352.

a) universalização do acesso aos bens materiais e imateriais pelos cidadãos, inclusive computadores pessoais:³ acesso de todos à educação e à cultura; capacidade de leitura política, isto é, aptidão para a codificação/decodificação de símbolos e signos de forma a apreender a verdade comunicada;

b) interesse ou motivação política dos cidadãos com o significado não só de acesso de uma maioria ao conhecimento, à notícia, à verdade, mas também ao direito de exprimir idéias, veicular mensagens e críticas;⁴

c) gozo e fruição pelo cidadão comum de consciência comunicativa propiciadora da sua mobilização contra todas as formas de violência quer implícitas ou explícitas.

d) recenseamento dos computadores para o referendo, de forma a se poder auscultar a vontade de todos;

Tal desdobramento traduz não só a dificuldade de *participação política direta*, mas acima de tudo a ausência de poder dos cidadãos para agir⁵ de modo a produzir mudanças sensíveis ou palpáveis na sociedade.

Estes entraves tornam-se cada vez maiores em razão da pouca relevância conferida pelo povo e, em consequência, pelo Estado ao custo do exercício da política e, conseqüentemente, ao custo do pluralismo da igualdade em termos, nomeadamente, do direito de eleger e de ser eleito.⁶

O que foi dito até o momento pode ser assim resumido: pensar numa *democracia direta* no século XX, como forma de alcance de uma suposta

³ Conforme estimativas do setor, o número de computadores pessoais no Brasil será, pela primeira vez, igual ao da quantidade de automóveis. A tendência é de um avanço mais acelerado na produção de computadores. A previsão é de que no ano 2000 deverá ser superada a marca de 5 milhões de unidades produzidas. Isto não significa, obviamente, o acesso de todos aos bens informáticos. A quota prevista tem pouco significado em relação a uma população estimada em torno de 159,2 milhões de pessoas e o fato de que 30 milhões estão incluídas no grupo que sobrevive com uma renda familiar *per capita* inferior a um salário mínimo. V. dados fornecidos pela revista *Brasil em Exame*, set. 97, p. 50 e 70.

⁴ Faz notar o fato de que enquanto a democracia tradicional difundiu a idéia de poder soberano ou participação soberana do povo, a democracia moderna dissemina a ilusão de que na era "tecnocrônica" tudo é possível conhecer, assimilar, deduzir, interpretar e entender.

⁵ A esse respeito v. ARENDT, Hanna. *A condição humana*. Trad. Celso Lafer. São Paulo : Forense-Universitária/Ed. Universidade de São Paulo, 1981. Nesta obra, a autora confere especial relevo à ação. O homem só se encontraria verdadeiramente no agir, no produzir mudanças. Arendt examina a condição humana a partir de três perspectivas básicas que conformam aquilo que ela denomina de *vita activa*: labor (*labor*), trabalho (*work*) e ação (*action*).

⁶ O discurso sobre a política, como pluralismo da igualdade cobrindo a dialética da igualdade de oportunidades, igualdade à informação ou de informação, igualdade de interesses reconhecidos e igualdade de participação – na sua dimensão de custo – foi sendo gradativamente substituído pelo preço do dólar, do petróleo, das importa-

vontade geral,⁷ é perseguir o inalcançável. Até mesmo os gregos compreenderam esta impossibilidade ou quão utópico era esse desejo. Inalcançável e utópico porque a participação de *todos*⁸ era apenas factível pela via da compulsão, de pagamentos laterais ou mesmo da coação psicológica.⁹ Sabiam os gregos que sem punições, admoestações ou motivações/interesses mais fortes, o *povo* não abandonaria os seus negócios privados para se dedicar à questão pública.¹⁰

Mas não só os gregos revelaram especial preocupação com a *democracia direta*.¹¹ A literatura clássica é rica, valendo a pena citar, neste elenco, o contributo de Rousseau. Este conferiu à democracia direta o *status* de ideal a ser alcançado. Todavia o legado teórico deixado por este filósofo não parece haver facilitado a criação de um regime representativo no qual fosse exercitada a participação política direta de todos os cidadãos guiada por uma determinação de vontade autónoma. Observe-se que a *vontade geral* de Rousseau não se confundia com o voto de todos. Ao contrário, o conteúdo dessa vontade era acima de tudo ético, identificando-se, por isso, com o interesse público ou interesse comum. Teoricamente, o interesse comum poderia ser representado por uma só pessoa.¹²

François-Noel Babeuf, no século XVIII, influenciado pelas idéias de Rousseau e pelo pensamento de Morelly, voltou a pregar, com a *Conjuração dos Iguais*, a democracia direta. Todavia o sistema que concebeu não dispensou a participação de uma *minoria iluminada* (os revolucionários) capaz de conduzir o povo – sempre movido por interesses particulares e sempre manipulado pelos reacionários e intrigantes – no caminho do

ções e exportações. V., por todos, acerca do pluralismo da igualdade, MOREIRA, Adriano. *Ciência Política*. Coimbra : Almedina. p. 387.

⁷ A vontade geral é mais um mito a considerar em Ciência Política. A prática revela que o homem é, por natureza, egoísta e individualista. Neste caso, os interesses individuais prevalecerão sempre sobre os gerais. Apenas nas situações em que houver coincidência de interesses, sem conflitos individuais ou grupais, será factível o alcance de uma suposta vontade geral.

⁸ A palavra "todos" deve ser entendida enquanto restrita aos cidadãos.

⁹ Durante as eleições era frequente o uso de cordas grossas de esparto, embebidas em tinta vermelha, destinadas a provocar manchas nas túnicas brancas dos atenienses remissos ou indiferentes. O medo ou receio provocava a ida do cidadão às urnas. V. JAVRAGA, Jorge Angel. *Os grandes mitos do século XX*, p. 60.

¹⁰ V. ARISTÓTELES. *A política*. Brasília : Ed. Universidade de Brasília, e AMARAL, Diogo Freitas do. *Ciência Política*. 1984. v. 1, p.126 e ss.

¹¹ V. ROVERSI-MONACO, Fábio. Democracia, *in*: BOBBIO, Norberto. *Dicionário de Política*. p. 324.

¹² V. ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Contrato social*. Lisboa : Editorial Presença, especialmente os capítulos III, IV e VI.

bem. Assim, a democracia direta de Babeuf contava com três protagonistas: o povo sem rumo, a *maioria iluminada* e o corpo legislativo. Este, eleito pelo povo, teria a função exclusiva de propor as leis. A decisão definitiva cabia ao povo. A este competia, devidamente orientado, submeter o corpo legislativo a rigoroso controle e vetar, quando necessário, as suas leis.

A idéia de *minoria iluminada* não desapareceu com o tempo. Continuou a desempenhar um papel axial no estudo da formação, desenvolvimento, transformação e composição das sociedades, em qualquer regime ou sistema político. Com alguns componentes novos, ela poderá ser estudada nas formulações de Ludwig, Gumpłowicz, Gaetano Mosca, Vilfredo Pareto, K. Mannheim T.B. Bottomore, M. Stoppino, Asor Rosa, N. Bobbio, etc.

Modernamente, a linha de progressão ou alargamento da democracia pressupõe, acima de tudo, a expansão do direito ao voto. Mas tal expansão possui um significado próprio: a supressão de todos os entraves ou critérios fundados sobre o censo, a cultura, o sexo, a raça, a ideologia, etc., e não o voto de todos os cidadãos de forma direta.

2. Os instrumentos da democracia direta: o referendo e as sondagens eleitorais

A *democracia direta*, suposto corolário da *democracia eletrônica*, seria engendrada pelo referendo e pelas sondagens eleitorais, e estes teriam, no computador e nos *mass media*, os seus veículos privilegiados.

Aqui é preciso distinguir *referendo* e *sondagem*, com que não se confunde. Em primeiro lugar, como abrangência de significação, convencionalmente atribuída ao primeiro, o referendo implica, de certo modo, uma sondagem. Mas enquanto as sondagens, no sentido em que aqui inicialmente se aplica, não são vinculativas, o referendo, pelo fato de estar ligado ao poder político, é vinculativo, constituindo procedimento mediante o qual o corpo eleitoral ratifica ou desaprova, em caráter definitivo, decisões normativas adotadas pelos órgãos de representação política.

Este artigo confere ênfase especial às *sondagens*, não obstante a grande importância atribuída ao *referendo*, nomeadamente sob o aspecto constitucional. Mas há interesse paralelo no enfoque também da palavra referendo como *categoria não constitucional*, isto é, o *referendo* com a natureza de aprovação, subscrição ou chancela a determinado programa partidário ou a programa ou doutrina de governo divulgado pelo candidato ou ação governamental, a ser levada a cabo por titular de órgão de soberania. Na hipótese do voto eleitoral, dir-se-á que ele se enxerta em duas zonas interligadas: na de *sondagem*, na fase pré-eleitoral, e na de *referendo*, durante o ato eleitoral propriamente dito. Em outras palavras, ao oferecer o seu voto a determinado candidato, o eleitor, teoricamente, aprova, ratifica, desaprova um programa partidário, as bandeiras, a plataforma política os itens de campanha divulgados pelo candidato ou postulante.¹³ Aplica-se igual linha de raciocínio – no que respeita à divulgação pelos institutos de pesquisa – a pronunciamentos da opinião acerca de determinadas ações ou planos sociais¹⁴ projetados ou executados pelo governo. As *sondagens de opinião*, nestas circunstâncias, assumem o caráter ou natureza referendária, balizando, em tese, as futuras decisões a serem tomadas pelos governantes ou redirecionando os projetos que se encontram em fase de implementação ou de execução.

3. Os veículos do referendo e das sondagens de opinião: o computador, os mass media e os órgãos de pesquisa

3.1. O computador

Na *democracia eletrônica* o computador é encarado como espécie de *coup-de-grace*, capaz de funcionar, pela sua idolatria, na contramão do

¹³ V., à guisa de exemplo, os seguintes trechos extraídos da entrevista com o presidente Fernando Henrique Cardoso: "Se os partidos tiverem boa proposta e bons candidatos, vamos discutir nas urnas. Eu tenho uma visão gulosa dessa matéria. Não tenho ilusões de que, havendo chances e uma boa proposta, qual é o partido que não vai se lançar?" *Jornal do Comércio*, 2 de set. 1997. Página política, p. 5.

¹⁴ Estes planos sociais podem ser fruto de uma ideologia assumida e consagrada pelo candidato, por ocasião da sua filiação, ou poderá resultar de acatamento a certas pressões sociais. Na realidade todos os planos sociais tiveram início pela construção de um edifício de valores-ideias, destinado a oferecer à sociedade uma vontade geral ou una. A doutrina de Platão e outros pensadores deve ser analisada a partir desta linha de percepção.

direito de cidadania e, especialmente, dos direitos fundamentais constitucionalmente assegurados. Tal sucede, nomeadamente, no instante em que se revela meio de transformação dos cidadãos em seres passivos, dependentes, vulneráveis, indefesos e, neste caso, instrumentos de manipulação. Esta função é assegurada, sem dúvida, pelos *mass media* em íntima colaboração com os órgãos de pesquisa. Por meio deles é possível constatar o esbatimento da verdade na política, com prevalência da falsa verdade ou pseudo verdade. Em outras palavras, a mentira política ou a mentira na política viabilizada pelas sondagens, por exemplo, transmuda-se em ferramenta indispensável e legítima na profissão do político e o computador em instrumento facilitador ou disseminador da falsa verdade e invento-alimentador de uma nova modalidade de legitimação: a legitimação *dos mass media* sob o aspecto não jurídico, isto é, sob o aspecto político, social e econômico.

Mas o computador deve ser analisado em sua dupla face: a positiva, democratizante, e a negativa, ou socialmente desigualitária. A primeira expressa a idéia de troca, diálogo e divulgação de mensagens, sobretudo, eleitorais. Tal sucede, particularmente, com a expansão do correio eletrônico (*e-mail*) via Internet;¹⁵ a segunda traduz a sua capacidade de discriminação. Justifica-se a vertente não democrática: na sociedade virtual, há restrições da liberdade de participação de muitos nos benefícios da técnica. Isto significa que a estratificação também é uma realidade neste tipo de universo. Tal sucederia, por exemplo, na IRC – *Internet Relais Chat*. Nesta sociedade seria bem identificado o grupo de elite, formado por uma reduzida população virtual administradora do sistema (produtora de *software*). Dispondo de patentes, títulos, *status* e raros privilégios dentro da organização, ela detém, sobretudo, o conhecimento privilegiado em informática; o segundo – o grupo intermédio – é formado pelo operador comum de cada canal. Detentor de pouco conhecimento do sistema, ao usuário médio seria conferida a tarefa de implementação das regras de

¹⁵ A questão, antes normatizada pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) no sentido de proibir o uso de mensagens contendo propaganda política pela via da transmissão de dados ou por sistema como a Internet, foi objeto de disciplina pela nova Lei Eleitoral, ficando livre a propaganda política nessa rede.

comportamento ditadas pelo grupo de elite e a fiscalização da sua observância pelos que formam a massa na sociedade virtual: os iniciantes. Este é o terceiro grupo – a massa – agregadora da maioria dos cidadãos ou *cyber*.

Tal estratificação não significa que o mercado e a sociedade não desfrutem da real capacidade de realizar pressões no sentido de definir o que o homem pode ou não pode fazer nesta área privilegiada de comunicação. Tal sucede, especialmente, no instante em que há evidência de ameaças à democracia ou quando for perceptível a existência de mecanismos ocultos e ameaçadores aos direitos fundamentais dos cidadãos. Tem-se, neste caso, de analisar, criticamente, a ação dos espaços ou canais especializados de informação ligados à rede – sejam individuais ou coletivos – e a sua repercussão sobre o *sistema eleitoral* em termos, sobretudo, das consequências da qualidade e quantidade de informações recebidas pelo homem comum.

3.2 Os mass media e a força da imagem

Na moderna sociedade, os *mass media* podem ser considerados empresas, indústrias de notícias, máquinas-imagem,¹⁶ fantasias e sonhos fabricados.¹⁷ Nesta posição, o seu objetivo primordial é, *grosso modo*, o lucro e menos a prestação de serviço a um direito fundamental dos cidadãos: o direito à informação. Nesta linha de percepção, esse tipo de indústria não poderia definir-se como *locus* de produção de verdades. É inverso o raciocínio. Ela tende a renovar e perpetuar as velhas mitologias do bem e o mal; da verdade e da mentira;¹⁸ do falso e do verdadeiro. Em outras palavras, o principal objetivo da indústria dos *mass media* seria a

¹⁶ A importância da máquina-imagem não é um fenómeno recente. Na Idade Média já existiam máquinas com a finalidade de produzir o irreal. Eram utilizadas nas tragédias gregas. Um guindaste, por exemplo, colocava a deusa Justiça no palco com a finalidade de produzir um grande efeito cénico.

¹⁷ A título de ilustração, regista-se que uma placa com a divulgação de um comício poderá ser alterada por desenhos, cores e mensagens, introduzidos a partir da seleção, desejo e critério do operador da máquina. Tal evolução é vista como também responsável pelo fenómeno de robotização ou massificação eleitoral do homem e da sociedade e fator determinante da substituição ou translação da mensagem das mãos do autor para a do ator. Este acabaria por se transformar, gradualmente, em prisioneiro desta imagem numa repetição da alegoria do homem engaiolado descrito na obra de MAY, Rolo. *O homem à procura de si mesmo*.

¹⁸ V. ARENDT, Hanna. *Verdade política*, p. 9.

conversão de fantasias e sonhos da realidade em realidades da fantasia e do sonho. Na mesma linha de raciocínio, a arte de fazer propaganda traduzir-se-ia em arte de reinvenção da realidade ou de sonegação do verdadeiro. A sedução dos *mass media* consistiria, essencialmente, nesta capacidade ou vocação: a de transmitir aos cidadãos aquilo que eles desejam ou aspiram ouvir num acordo, cúmplice ou conivência perfeita, já que o homem parece ser, por natureza, avesso à verdade. Esta inclinação humana encontra a sua justificativa na fuga à realidade tida como penosa, intrincada e decepcionante. Tal concepção converge no sentido de uma dedução antecipada: a de ver a sociedade aceitando e até mesmo desejando a manipulação.

Esta linha de entendimento facilita a compreensão da força da imagem televisiva¹⁹ e os seus mecanismos e procedimentos de atuação. Mas é preciso também aprofundar a idéia dos *mass media* como empresa. Ela não se exaure no aspecto manipulativo da imagem. Vai mais além, de forma a contemplar dois aspectos subsidiários: a empresa visando a retornos ou rentabilidade do capital com o objetivo de manter-se, modernizar-se, expandir-se, gerando lucros e obtendo mais poder. Para serem alcançados, tais objetivos não prescindem da solução de alguns problemas atinentes a outras empresas do mundo capitalista: a qualidade do produto oferecido, a concorrência com outras empresas e produtos, o capital acumulado e disponível e o fato de atuar no mercado isoladamente ou na forma de consórcio ou tribos.

No sentido mais elástico do termo, a *informação* revela-se o produto essencial dos *mass media* e, como tal, sujeito a comercialização e às leis do mercado. Esse produto possui um certo caráter pendular, balançando entre o entretenimento ou lazer, a informação publicitária e a informação instrumental. Dir-se-á, contudo, que os três modos de atuar não fogem totalmente da fabricação de idéias afins ao jogo político ou ao jogo de poder, pelo que dificilmente seria possível localizar uma mensagem totalmente despojada de conteúdo ideológico, embora inexista consenso a respeito de tal afirmação.

¹⁹ Tal situação pode justificar a intervenção do poder político, sobretudo quando a atuação dos *mass media* extrapola os limites traçados pela lei de forma a pôr em perigo o interesse público.

Das colocações antecipadas desprendem-se duas ilações: os *mass media*, como empresa, constituem ao mesmo tempo um poder autônomo e um instrumento. Instrumentos de si próprios e instrumentos de outros grupos.

Na condição de *poder autônomo*, os *mass media* podem dirigir a sua vontade no sentido de produzir a matéria política, atualizando a antiga fórmula de que a versão é mais importante do que o acontecimento. A versão criada poderá ter como objetivos:

- a) ocultar a realidade, antepondo-lhe um fato produzido artificialmente;
- b) intervir no processo de decisão de políticas;
- c) gerar grupos intermediários;
- d) modelar atitudes, impor crenças, valores, modos de pensar e sentir, para provocar mudanças substantivas nos indivíduos, grupos e sociedades.

Tanto numa como noutra função exercida pelos *mass media*, a intervenção no processo político ocorre pela via da manipulação²⁰ e da persuasão do público.²¹ Sobretudo a manipulação reforça a idéia – hoje muito disseminada – de visibilizar o candidato à representação política, visto também como *produto* ou *marca registrada*²² oferecida à escolha dos eleitores. É aqui que a palavra *marca* assume a sua outra variante.

Na condição de *poder-instrumento*, os *mass media* revelam-se, informalmente, canais de representação de determinados interesses e agências de decisão, com capacidade para tirar proveito das condições naturais e das oportunidades que vão surgindo na sociedade. Tal ação dependerá, obviamente, de alguns condicionantes do sistema: o estágio democrático em que se encontra a sociedade, a fragilidade ou robustez do *sistema eleitoral* e do sistema partidário, o tipo de Estado, a forma de governo, o sistema de governo. Quanto ao sistema partidário – matéria de interesse deste artigo em razão das suas estreitas vinculações com o *sistema eleitoral* – anote-se, em primeiro lugar, que o político dificilmente

²⁰ V. *supra*.

²¹ V. o seguinte trecho da entrevista concedida pelo presidente Fernando Henrique Cardoso: "O poder mais concreto, o poder de impor, não será tão grande se não vier acoplado ao poder de persuadir... Se se pôe na cadeira alguém incapaz de persuadir, seu poder será menor". *Ibid.* Rio de Janeiro: Ed. Abril, v. 30, n. 36, 30.9.97.

²² V., *infra*, a relação entre produto e marca e as diferentes concepções aqui utilizadas para a palavra marca. V., também, o artigo escrito por PIETTERS, Tom. Corra! Bem-vindo a era do eu S.A... Você é uma marca. *Administre-a...* *Exame*, v. 31, n. 18-27, ago. 1997.

sobrevive fora do partido. Uma das características marcantes do Estado moderno é a perda da autonomia do representante individual. Tal fato decorreu, ao longo da história, dentre outros, da proibição do mandato imperativo, da consolidação progressiva da chamada representação formal²³ e da extensão do direito de sufrágio.

A respeito da ampliação dessa importância, considera-se atualizada e como tal bem aceita a antiga tipologia oferecida por Heinrich Triepel respeitante às diferentes fases que nortearam a relação Estado/partido:

- a) de oposição (*Bekämpfung*);
- b) de desconhecimento (*Ignorierung*);
- c) de legalização (*Legalisierung*);
- d) de incorporação (*Inkorporierung*).²⁴

O último estágio corresponde, sem dúvida, ao estatuto teórico-prático²⁵ ocupado pelos partidos políticos neste século e que se vincula, por dependência, a um triplo componente: aparato organizativo (material e humano); projeto de política arquitetônica (expresso por meio de uma doutrina e declaração de princípios); programa ou plataforma eleitoral estruturada e articulada.

Sobre o aparato organizativo, dir-se-á que o partido tem por objetivo precípua a mobilização do voto para eleição de candidatos a cargos públicos de forma a obter acesso direto ao poder e fontes de recursos do Governo. Necessita, portanto, de militantes ou filiados e de recursos financeiros oriundos de grupos periféricos.²⁶ Grande parte destes grupos proporciona suporte econômico ou concede fundos financeiros para alimentar a propaganda da agremiação, mormente em situações de campanhas políticas, e para as atividades político-educacionais. *Grosso modo* são os grupos de interesses que oferecem esse suporte, dentre eles, os *mass media*.

²³ V. FLEISCHER, David. *Os partidos políticos no Brasil*. Brasília : Ed. Universidade de Brasília, 1981; BLANCO VALDÉS, Roberto L. *Los partidos políticos*. Madrid : Tecnos, 1990, e CERRONI, Umberto. *Teoría del partido político*. Roma : Editori Riuniti, 1979.

²⁴ Cfr. *Die Staatsverfassung und die politischen Parteien*. Berlim, 1927. p. 12.

²⁵ Este componente não possui caráter institucional porquanto o seu preparo ou elaboração varia consoante as circunstâncias do processo de luta ou concorrência pelo poder político.

²⁶ O partido também recebe contribuições de seus candidatos, membros, aderentes, militantes ou adeptos, por filiação, sejam estáveis ou instáveis. A questão é que nenhuma agremiação subsiste, economicamente, apenas com esta modalidade de arrecadação.

Os militantes que formam o núcleo de base do partido – e que constituem uma comunidade complexa e hierarquizada – vinculam-se ao partido por meio da filiação.

É, sobretudo, por ocasião das eleições que o postulante a um cargo eletivo se transmuda em *produto* ou *marca* a ser oferecida e disputada pelas agremiações. Contam os candidatos, nesta oportunidade, com uma assessoria especializada de *marketing*²⁷ – espécie de teatro cênico – onde se inclui o preparo do seu *layout* com um histórico pessoal que o beneficia. O *layout* do candidato constitui modalidade de iconografia destinada a colocar o postulante – na fase eleitoral sobretudo – numa posição de barganha no mercado de alianças políticas.²⁸ A atividade prevê também o treinamento dos movimentos corporais: os gestos, o sorriso, a cenografia enfim.

Anote-se que a fixação do valor da *marca* dependerá, fundamentalmente, da substância política do candidato. Tal valor vai interferir na definição de contrapartidas a serem auferidas pelos partidos políticos.

Vitoriosa a *marca*, a partir da aclamação de um nome,²⁹ ou de sua escolha pelo partido, ou grupo dos partidos em coligação, ou alianças políticas, inicia-se a etapa de definição das vantagens que ela poderá oferecer aos eleitores. Avulta, desta observação, a conclusão de que a *marca* no partido assume, aqui, duplo significado: a *marca-pessoa*³⁰ e a *marca-informação* ou *mensagem* partidária.

²⁷ V., à guisa de ilustração, a seguinte informação publicada no *Journal do Commercio*: "Um dos papas do *marketing* político da televisão desembarcou, na semana passada, no Recife, com uma missão: tornar o senador... (PSDB) um produto capaz de conquistar a preferência da maioria do eleitorado pernambucano, nas eleições para governador em 1998... O primeiro desafio de... foi produzir, em quatro dias, o programa gratuito do PSDB, ...que será exibido em cadeia estadual de rádio e televisão. No programa a imagem do senador tucano será trabalhada 'observando o resultado da primeira pesquisa qualitativa realizada em todo o estado' ...O senador... 'tem baixos índices nas pesquisas.... A fórmula para reverter este problema, por enquanto, ficará mantida em segredo'. *Journal do Commercio*, 28 set. 1985. Política, p. 4.

²⁸ V., o seguinte trecho da entrevista do presidente Fernando Henrique Cardoso à revista *Veja*: "...a divisão do poder passa necessariamente pelos partidos... Quem é contra as alianças é essencialmente antidemocrata... Sempre fui favorável às alianças. Não acredito em partido que se propõe a refundar sozinho, o Estado, a sociedade, a felicidade geral", *op. cit.* p. 29.

²⁹ Teoricamente, a filiação a um partido, no Brasil, é um ato unilateral. Exige-se apenas que o candidato consiga uma pessoa que abone a sua ficha. Na prática, todavia, há certa disputa por nomes que tenham peso político considerável e que contribuam para o fortalecimento da agremiação.

³⁰ Ilustra-se o afirmado com o seguinte registro jornalístico: "O Movimento Pernambuco Já... é mais do que uma simples logomarca associada aos variados adesivos da campanha de Jarbas para governador..." "O movimento fará um programa para Pernambuco sem o compromisso com candidatura de ninguém..." "As primeiras integrantes do movimento já definiram a metodologia que será adotada para a definição (*sic*) de um documento-

A *marca-mensagem* é bem localizável na fase de lançamento do nome do candidato ao público. Neste momento, o partido e o próprio aspirante ao cargo eletivo tornam pública a plataforma ou programa de governo – ou carta de compromissos, no caso, por exemplo, de eleição para presidente, governador, prefeito, etc. – teses defendidas, *itens* de campanha ou bandeiras de luta, nas situações em que o candidato aspira a uma vaga no parlamento. Considerando o fato de que a disputa se realizará entre duas ou mais agremiações partidárias, será indispensável a divulgação dos pontos fortes de cada uma delas, apelando para qualidades diferenciais. Isto implica a concepção de um modelo refinado e delimitado de ação. Cada característica diferencial renderá dividendos em forma de votos. Por isso mesmo é imprescindível que a *marca-mensagem* se revele suficientemente clara, objetiva, sintética ou apenas perceptível para um determinado grupo ou camada da população. No primeiro caso, ela dispensa o raciocínio do eleitor, no segundo, torna imperceptível a verdadeira intenção do candidato. Em ambas, contudo, será possível localizar a definição de políticas, ideologias ou valores que expressem necessidades do eleitorado. Exemplos de *marca-mensagem* sintética são os cinco dedos utilizados por Fernando Henrique Cardoso, na eleição presidencial de 1995, com indicação das prioridades de governo; a mão fechada em aclamação para o ar – indicadora de um franco e ostensivo estado de beligerância contra o *status quo* – adotada por Fernando Collor. Modelo ou padrão de *marca-mensagem* de objeção, negação, protesto e questionamento, pelo seu caráter socializante, foram as mensagens-bandeiras levantadas por Antônio Guterres em Portugal, Tony Blair na Grã-Bretanha e por Lionel Jospin na França, mensagens compatíveis com o contexto histórico (mercado econômico e eleitoral favoráveis) e propiciadoras do alargamento das esperanças, expectativas, frustrações e necessidades do eleitorado a partir de um jogo bem conduzido de diferenças e alternativas com os grupos no poder. Mensagem apenas cifrada foi aquela divulgada

base ...Para definir a forma de trabalho, as integrantes do Movimento Pernambuco já se reuniram com representantes dos setores comercial, industrial, universitário, profissionais liberais e ONGs...". *Journal do Commercio*, 31 ago. 1997. Política, p. 8.

pelo presidente Fernando Henrique Cardoso na condição de postulante à reeleição.³¹

Os três referenciais europeus possuem peculiaridades outras que não cabem, neste artigo, análise e que se inserem na transformação do panorama internacional, assinaladamente o europeu. Pontualmente, poderiam ser registradas: a importância da dimensão criativa da política, aliada a uma resposta clara e mais direta aos exageros do estado liberal, e à necessidade de busca de um novo projeto histórico, procurando-se talhar toda a atividade política por novos padrões que não são os da resignação mas do protesto.³² O cenário europeu deve ser analisado, no caso, como espécie de fadiga, desencanto ou como algo que se perdeu e que só logra a recuperação por meio da audácia, confiança no futuro e obstinação do povo. Dir-se-á, portanto, que no cenário europeu triunfou, prevalentemente, a *marca-mensagem do realismo de esquerda, utopia concreta e ética republicana* com dessacralização do mercado ou a sua transformação mágica em estado de coesão social e de respeito à liberdade, responsabilidade, solidariedade e bem-estar coletivo.

Considere-se, finalmente, que a dimensão da *marca-mensagem*, em termos da sua divulgação e consumo, encontra-se dependente em grande parte do acesso do candidato aos *mass media*. Dir-se-á, por isso mesmo,

³¹ É possível a realização da leitura política da mensagem contida na entrevista concedida pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, sobretudo mediante o cotejo com a sua concepção acerca do poder, dos grupos, das instituições, da separação de poderes, da função do Poder Executivo, dos partidos políticos e do sistema de alianças: "Quando se diz precisamos universalizar a educação, isso inclui quebrar interesses enraizados no Congresso, nas prefeituras, na corporação dos professores..." "Ao contrário de Fukuyama, estou ansioso por ideologia, isto é: por valores. Na medida em que os valores antigos ficaram peremptos, na esquerda, e não foram substituídos por novos, a cena se empobreceu. Ficamos sem cimento ideológico. Sem ideologia e sem valores atualizados, os partidos não são capazes de formular propostas que valham para toda a sociedade. Então, o que acontece? Sobressai a função presidencial. O presidente tem, mais do que seria razoável, de cumprir a função simbólica de agregação, de apresentar e representar valores para a sociedade. Por que fui eleito presidente? Porque eu, ou melhor, a minha candidatura... reunia uma série de valores que constituíam uma alternativa..." "O poder tradicional, digamos, do presidente, é pequeno, com relação ao que já foi, e tende a diminuir. É limitado pelo Congresso, os tribunais, a opinião pública, a burocracia. Não posso dizer 'Quero que aconteça tal coisa' e essa coisa acontece. Quase ninguém diz não ao presidente da República, mas há uma resistência passiva. A silenciosa resistência burocrática, ou então os óbices jurídicos, o bloqueio dos caminhos técnicos...", *op. cit.* p. 32.

³² Esta é, dentre outras, a interpretação oferecida para a vitória do Partido Socialista (PS) nas eleições realizadas em dois turnos, em junho de 1997. As bandeiras erguidas por Jospin lograram sensibilizar o eleitorado da França provocando o chamado voto de resistência ou de protesto ao ultraliberalismo e monetarismo do constructo europeu. O resultado das urnas é, de certo modo, a vitória do estado social em processo de consolidação, sobretudo se analisado o resultado francês em conjunto com a eleição de Tony Blair na Inglaterra. A eleição dos três candidatos poderia ser interpretada, na hipótese considerada, enquanto desejo de solapar ou fazer soçobrar a tirania dos mercados e as suas consequências perversas.

que via de regra os candidatos com maior poder econômico e político,³³ vinculados a fortes grupos ou a grandes partidos gozam da capacidade de auscultar as aspirações ou desejos do eleitorado.

Uma conclusão servirá de remate a esta epígrafe: o modelo de democracia fundada essencialmente na técnica poderá servir como instrumento privilegiado de regulação social, econômica e política, designadamente pela sua capacidade de manipulação da opinião pública, contribuindo para perverter a função de representação. Esta ilação enfatiza o caráter invasor da *democracia eletrônica*. Também ressalta a sua aptidão para gerar um resultado contrário ao próprio direito, mormente no instante em que os *mass media* se transformam em estados dentro do Estado, ou dentro da estrutura jurídica da sociedade, gerando uma nova modalidade de *apartheid*. O chamado *apartheid* econômico, propiciador de um fenômeno novo: o crescimento tecnológico movendo-se, de um lado, com velocidade desordenada e incontrolável no mundo, e, do outro, a proliferação de uma massa de excluídos sociais, com pouca ou nenhuma participação política, ou sem nenhuma ou pouca mobilidade.

Tais considerações não devem albergar a idéia de um chamado estado agônico ou terminal da democracia representativa,³⁴ porquanto a democracia, como realidade política, aceita, agrega e permite diferentes formas e níveis de análise, a saber:

- a) nível de circunstâncias estruturais;
- b) nível de conduta estratégica das instituições ou organizações;

³³ As alterações em discussão no Congresso Nacional por ocasião da feitura deste artigo deram causa a uma aliança inédita no plenário da Câmara dos Deputados: o PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro) e o PPB (Partido Popular Brasileiro) uniram-se às oposições, impondo sucessivas derrotas ao PFL (Partido da Frente Liberal) e PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) – estes dois últimos, partidos de sustentação do Governo – no sentido de lograrem a aprovação da proposta de financiamento público das campanhas eleitorais. Os primeiros pleiteavam a aprovação, já para 1998, de um sistema misto: financiamento pelo Governo e pelas pessoas jurídicas. Tal decisão implicaria a retirada do Orçamento da União Federal de recursos – cerca de US\$ 400 milhões de dólares – para divisão entre os partidos. Cada partido poderia, no caso, captar também, de pessoas jurídicas, cerca de 300 mil por doador, sem limite global destes doadores. Prevaleceram, todavia, na aprovação final, as regras que funcionaram nas últimas eleições: as empresas podem doar até 2% de seu faturamento bruto anual e as pessoas físicas até 10% dos rendimentos brutos declarados ao Imposto de Renda no ano anterior. No que respeita aos gastos, cada partido é que vai definir o limite de gastos de cada candidato.

³⁴ Este nível de entendimento viabiliza a aceitação da democracia a partir da tradução literal da palavra inglesa *overkill*, isto é, com o significado de sobrevivência além da morte. V. MARCUSE, Herbert. *Del pensamiento negativo al positivo: la racionalidad tecnológica y la lógica de la dominación*. In: _____. *El hombre unidimensional*. Barcelona: Editorial Seix Barral, 1968. V., também, SOARES, Rogério Guilherme Ehrhardt. *Direito público e sociedade técnica*. Coimbra: Biblioteca Jurídica.

c) nível de fato ou circunstâncias incidentes sobre a sociedade e que repercutem ou vão repercutir na qualidade da mesma.

Este modo de compreensão, autoriza o reconhecimento da grandeza, potência, vigor e flexibilidade da democracia e de tal modo que se lhe permite:

a) enriquecer com novos tipos de linguagem e formulações ideológicas;

b) incorporar novas leis reguladoras da conduta dos cidadãos;

c) adaptar-se às mutações incessantes da sociedade técnica, aceitando, com isso a evolução do mercado, do conhecimento e da própria mundialização e globalização da economia. Efetivamente tais questões só pontualmente interessam a este artigo.

3.2.1 A força da imagem: a televisão

A câmara televisiva, na sociedade eletrônica, revela-se espécie de caixa de Pandora. Dela se extraem, gestos estudados, carismas fabricados, inteligências bem produzidas, emoções necessárias (tristeza, alegria, agressividade), imolações, sacrifícios, etc. A câmara televisiva tem, simultaneamente, o poder de produzir o irreal, ocultar o real e despertar o imaginário.

Mas este objetivo só pode ser alcançado mediante o concurso de especialistas e de estúdios sofisticados. Estes permitem cenas de rua, cortes rápidos, truncamentos e efeitos especiais destinados a interferir, habilmente, numa sondagem de opinião e alterar³⁵ a posição do eleitorado por ocasião de um *referendo* ou de uma *sondagem de opinião*. Dir-se-á, por isso, que os programas eleitorais constituem artifícios ilusionistas, fantasias bem construídas e conduzidas, meios de lançar ao debate várias idéias sem retenção aparente de alguma delas. Tal sucede, porque a televisão se alimenta essencialmente de desejos inconscientes e bloqueados da massa, cabendo-lhe plasmar, cultivar, fomentar e nutrir estes desejos por

³⁵ No Brasil, as alterações na Lei Eleitoral, aprovadas pela Câmara, contendo as regras para as eleições a serem realizadas em 98 – proibiam inserções de imagens externas, truncagens e efeitos especiais. Contudo, na votação definitiva da matéria, as imagens externas foram liberadas na propaganda eleitoral gratuita (guia eleitoral), mas proibidas nas inserções na TV a que os partidos terão direito durante a campanha.

meio de sondagens prévias e, a partir dos seus resultados, trabalhar as soluções requeridas.

A força da televisão advém, essencialmente, do *poder da imagem*.³⁶ Este poder, na *democracia eletrônica*, também significa perigo, inconveniência e risco de os seus protagonistas tornarem-se apenas *robot*. Tal sucederá, sobretudo, em duas circunstâncias: a) nas sociedades onde existe uma taxa significativa de despolitização e analfabetismo; b) quando a imagem assume manifesto caráter ideológico. O afirmado justifica a frase de Kouchner “*dêem-me uma imagem e eu farei com que o mundo se erga. Privem-me de imagem e eu deixarei, sem levantar um dedo, assassinar o meu irmão*”.³⁷

Considerada, no século XX, *a caixa que mudou o mundo*, esse meio de comunicação veio a perder a sua grande importância com o advento do computador, sem que isso implicasse a sua marginalização. O recrudescimento do seu papel vai sendo delineado a partir do instante em que são divulgados projetos – sobretudo oriundos do Japão e dos EUA – voltados para o desenvolvimento de emissões com qualidade digital de imagem ou quando são introduzidos mecanismos interativos nos receptores e emissões digitais por satélite. Em termos de *sistema eleitoral*, tal desenvolvimento significa trazer, para o espaço multimídia, sinergias³⁸ de vários setores de informação, escrita e visual, e uma nova e apurada sofisticação na produção das mensagens comunicacionais, concebidas agora, de acordo com a qualidade, nível ou tipo de público a que se destinam, conforme registros acima considerados.

4. Os protagonistas da democracia eletrônica – os partidos políticos e os grupos – e o falseamento das sondagens eleitorais

Os partidos políticos e os grupos de pressão (nestes incluídos os *mass media*) constituem os protagonistas principais do processo de mani-

³⁶ V. nota *supra* sobre entrevista do presidente Fernando Henrique Cardoso acrescida da seguinte declaração: “Eu tenho poder, mas precisamos qualificar esse poder. Mas o presidente tem uma posição privilegiada no sistema político... Tem amplo acesso, pelos meios de comunicação de massa, à sociedade. Existe então outro lado do poder – um lado que é virtual mas que, nem por isso, deixa de ser de enorme importância”, p. 32 e 33.

³⁷ Citado por JULIARD, Jacques. *O fascismo que se avizinha*. p. 90.

³⁸ Com o significado de forças em ação concorrente.

pulação e persuasão dos eleitores e da opinião pública. Os cientistas que se dedicam ao estudo do fenômeno têm-se interessado pela investigação das técnicas adotadas por estes atores. O interesse dirige-se, expressamente, aos seguintes e possíveis efeitos: falseamento ou desvios das sondagens, sobretudo eleitorais. Dentre esses desvios e falseamentos incluem-se a alteração da mentalidade ou opinião dos eleitores no estágio que precede o ato eleitoral propriamente dito; a alteração ou mudança de opções políticas e o controle de resultados eleitorais no tempo.

A análise em profundidade dos desvios referidos pressupõe o estudo preliminar das tendências dominantes num dado momento histórico. Aquilo que os alemães denominam de *Zeitgeist*, isto é, *espírito da época*; a insatisfação ou bloqueio das expectativas do *povo*; a colisão entre o imaginário público e a realidade privada das sondagens. Tais aspectos não poderiam, por certo, ser objeto de análise num estudo de pouca verticalidade. Vale a pena, todavia, em caráter pontual, referir que alguns movimentos coletivos localizados na história – passada e presente – constituem sérios desafios à capacidade manipulativa de que são providos os partidos e certos grupos de interesses. Tais movimentos são dotados da aptidão para a resistência passiva ou ativa, e para o bloqueio ou cerco à ação, quando nefasta ou corrosiva, destes atores. Via de regra, encontram-se eles ligados a um chefe com autoridade do tipo carismático. Note-se que, em alguns casos, nem mesmo as derrotas, morte ou prisão do chefe logram enfraquecer o movimento. Ao contrário, há inúmeros casos históricos em que o desaparecimento do chefe implicou o reforço ou a vitalidade do movimento, sobretudo quando este dispunha de um projeto de gestão e a sua realização concreta.³⁹

³⁹ Seria o caso, por exemplo, de Getúlio Vargas no Brasil. V., sobre Vargas, CARONE, Edgar. *A segunda República (1930-1937)*. São Paulo : Difel, 1973; _____. *A terceira República (1937-1945)*. São Paulo : Difel, 1976; _____. *O Estado Novo*. São Paulo : Difel, 1976; SILVA, Hélio. *O ciclo de Vargas*. Rio de Janeiro : Ed.; SKIDMORE, Thomas. *Brasil : de Getúlio a Castelo*. Rio de Janeiro : Saga, 1969; DÓRIA, A. Sampaio. *Democracia : a revolução de 1930*. São Paulo : Imprensa Nacional, 1930; GAMBINI, Roberto. *O duplo jogo de Vargas : influência americana e alemã no Estado Novo*. São Paulo : Símbolo, 1977; LEVINE, Robert. *O Regime Vargas : os anos críticos 1934-1938*. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1980; DULLES, John W. F. *Vargas of Brazil : a political biography*. Austin, 1962; BAKOTA, Carlos. Getúlio Vargas and the Estado Novo in Latin America. *Research Review*, v. 14, n. 1, 1979; ALBERONI, Francesco. *Gênese*. Bertrand Editora, p. 398. V., *infra*, o cap. 7 sobre rupturas no processo de manipulação.

5. O falseamento das sondagens por manipulação dos eleitores dos números e das estatísticas

Três meios sensoriais – individuais e coletivos – com poder de controle das mentes são adotados pelos partidos e grupos de interesses ou de pressão:

a) as imagens animadas⁴⁰ contendo os símbolos gráficos, as *miranda* e as *credenda* veiculadas pela televisão, pelo computador e pela observação direta dos fatos;

b) as imagens estáticas contendo símbolos gráficos, as *miranda* e as *credenda*⁴¹ divulgadas pelos jornais, pelos livros e publicações em geral;

c) os sons provindos do rádio e da palavra direta dos protagonistas ou atores políticos.⁴²

É de se observar, em primeiro lugar, que o ato de propagação das imagens e dos sons, pelos *mass media*, em qualquer procedimento que se adote, implica a existência de um *fin último*. Isto significa que o fenômeno informativo não é neutro nem desinstrumentalizado, mas sim intencional no sentido de divulgação de fatos que impliquem o desencadeamento de estados emocionais de opinião.

Quanto ao falseamento das sondagens, também conhecida como pesquisa fraudulenta, registre-se que ela ocorre ora pela manipulação dos resultados obtidos, ora pela *não-obediência* a critérios de cientificidade. Em ambos os casos, a opinião pública deverá estar especialmente atenta às *armadilhas das sondagens* e, por via de consequência, à armadilha dos números. Até porque os resultados estatísticos – no caso, em matéria eleitoral – constituem resultados tendenciosos, posto que obtidos por força da comparação entre dois ou mais fenômenos. Nesta eventualidade, a expressão comumente usada pelos institutos de pesquisa *afirmação de probabilidade* vem sendo substituída por uma outra mais adequada – *afirmação de tendência*.

⁴⁰ Uma imagem animada, neste esquema, pode ser menos estimulante e viva – sob o aspecto da produção interior de novos significados no receptor – do que as imagens estáticas. Estas têm a capacidade de apelar para a imaginação, para a dimensão crítica individual e para a experiência global do sujeito.

⁴¹ V. MERRIAM, Charles E. *Political Power*, p. 1103. O autor descreve as *miranda* como símbolos do poder estabelecendo a diferença entre “*miranda* e *credenda*”, esta assumindo uma dimensão mais racional.

⁴² V. o esquema oferecido por FERNÁNDEZ ARIEL, Manuel. *El derecho a la información*, p. 8.

Finalmente deve ser anotado o fato de que os institutos destinados à realização de pesquisas eleitorais são, em geral, contratados pelos governos, partidos políticos e grupos de interesses. Em razão deste fato, os analistas políticos vêm demonstrando cepticismo ou cautela quanto aos resultados divulgados por esses organismos, porquanto há grandes interesses em jogo que eventualmente motivam a manipulação dos dados, a sonegação, a não-divulgação de resultados desfavoráveis aos candidatos ou a má-interpretação dos mesmos. É neste ponto que se põe a questão dos efeitos nocivos ou perversos das sondagens eleitorais.

5.1 O falseamento das sondagens pela imperfeição ou não-obediência a critérios de cientificidade

O grau de fidedignidade informativa das sondagens supõe, inicialmente, uma considerável quantidade de amostra. Esta terá que ser não só recolhida, mas armazenada e convenientemente tratada por meio de técnicas, fórmulas e regras de interpretação matemática. Ainda na fase de tratamento, haverá necessidade de distinguir o essencial do acessório e, no acessório, o irrelevante. Sob o aspecto da qualidade da amostra, deixa-se claro que ela condiciona ou interfere acentuadamente nos resultados.

Outro dado a considerar é a qualidade do pessoal selecionado tanto para a elaboração e aplicação dos questionários quanto para o trabalho de interpretação dos dados colhidos. O grau de especialização ou refinamento da atividade pressupõe o uso de equipamentos e tecnologias adequadas. Por meio do equipamento tecnológico é que os especialistas logram armazenar, recuperar e processar informações convertendo-as em números e estatísticas. Este grau ou nível de sofisticação e o alto custo que representam implicam o deslocamento das *sondagens*, conforme referência *supra*, para os institutos de pesquisas, violando-se assim o direito à igualdade, visto que apenas os candidatos com maior poder econômico, vinculados a grandes grupos de interesses,⁴³ filiados a grandes

⁴³ V. MARTINS, Ives Gandra da Silva. Uma teoria do poder e o financiamento de campanhas para alcançá-lo. In: *Direito Eleitoral*. Belo Horizonte : Liv. Del Rey, 1996. p. 279-292.

agregações partidárias e possuidores de poderosas máquinas eleitorais,⁴⁴ podem utilizar tais institutos e participar, com sucesso da contenda ou prélio eleitoral.

6. As rupturas no processo de manipulação do eleitorado: o efeito boomerang

6.1 No caso das sondagens eleitorais

A prática política no modelo representativo pressupõe o pluralismo de grupos, de idéias, de interesses e de posições ideológicas dentro da sociedade. São esses ingredientes que enriquecem e solidificam uma democracia. No caso das *sondagens eleitorais*, por exemplo, a sua correta exploração e emprego contribuem, sem dúvida, não apenas para a informação política como também para o aperfeiçoamento da democracia. Foi visto, contudo, que a prática política vem ensejando algumas distorções graves, dentre elas, o *viciamento do processo ou viciamento na interpretação dos dados colhidos*. Tais vícios buscam gerar na opinião pública uma predisposição psicológica capaz de provocar a alteração ou reforço de um determinado comportamento. Tal ocorre porque existe um estado emocional no público caracterizado por quatro variantes básicas, isoladas ou combinadas de aptidão ou vocação no que diz respeito ao voto:

a) *o estado de consciência*, identificado na convicção acerca da decisão a tomar, na predisposição para o acordo constitucional e na determinação de atuar para o equilíbrio e harmonia social;

b) *o estado de apatia*, caracterizado pelo desejo de não votar pela descrença no processo político e pela predisposição negativa em termos de participação na mudança ou de aceitação do *status quo*;

⁴⁴ V. o seguinte comentário contido no *Jornal do Commercio*, 23 set. 97. Política, p. 6.: "...Luís Inácio da Silva afirmou... a reunião das esquerdas... vai decidir de forma definitiva se as esquerdas terão um único candidato, a forma de escolha e a análise dos nomes de cada partido. Lula insistiu na necessidade das oposições terem um único candidato capaz de enfrentar a máquina de Fernando Henrique Cardoso, que - reunindo PSDB, PMDB, PPB, PFL, PTB e PL - significa 99% dos meios de comunicação e do capital nacional e estrangeiro, e 80% dos Legislativos".

c) *o estado de indecisão*, expresso na situação de ambivalência, dúvida e até perplexidade diante do quadro eleitoral;

d) *o estado de resistência ou protesto* revelado no desejo de mudança, aventura, contestação ou protesto.⁴⁵

Em razão do que se registra, é possível afirmar que as sondagens eleitorais viabilizam *grosso modo*:

a) a troca de opção, nas situações em que o eleitor já manifestara, previamente, a sua decisão de votar num determinado candidato (situação menos usual, quando se trata de voto ideológico);

b) o despertar do interesse para o exercício do direito de sufrágio, quando se trata de eleitor indiferente ou distanciado do processo eleitoral;

c) a opção por um, dentre vários candidatos possíveis, quando se trata de eleitor que se revelara inicialmente indeciso;

d) a mudança de predisposição para atribuir *o voto de protesto*, considerado, ao lado do *não-voto*, voto antipolítico.

6.2 No caso dos mass media

As forças que integram uma sociedade operam predominantemente nos níveis emocional e comportamental, ficando a ação racional no poder de determinada elite. Ainda assim não é fácil discernir e isolar, com segurança, as formas de *contágio das emoções*, os mecanismos responsáveis por esses contágios e a sua intensificação pela ação manipulativa. Dir-se-á, não obstante, que o processo de manipulação apressará, sem dúvida, esse contágio, ainda que seja possível determinados grupos e indivíduos permanecerem indiferentes, durante anos, contra uma mensagem que lhe é constante e insistentemente comunicada. Tal reação se encontra dependente, além de outros fatores, da influência dos estereótipos ou *imagens mentais* sobre os comportamentos individuais, o *status* e o papel desempenhados pelos indivíduos na sociedade, os mecanismos de defesa de que são dotados sociedades, grupos e indivíduos; o *stock* de associações e reações emocionais favoráveis ou desfavoráveis de que dispõem: audácia/medo, segurança/insegurança, independência/dependência, simpa-

⁴⁵ V. NELSON, Michael. Teoria de Barber. In: *A presidência e o sistema político norte-americano hoje*. p. 211.

tia/antipatia, baixa ou alta sugestibilidade, estado de satisfação/insatisfação social, etc. Estes mecanismos de defesa são idênticos ao que se processa no plano da psique humana.

Os elementos referidos respondem pelo insucesso da arte de manipular a impressão. Mas estes fatores podem estar associados também ao descrédito do candidato, representante, etc., pela má-interpretação, com êxito, da personagem forjada ou criada. Esta má-interpretação pode ser creditada a várias falhas ou defeitos na arte de mentir ou simular, valendo referir: os gestos involuntários do candidato, um acidente de percurso, a interferência inadvertida de um adversário ou mesmo de representantes (individual ou coletivo); a vida pregressa do candidato ou representante; as declarações verbais não intencionais ou extratexto; as rupturas das projeções também conhecidas pela expressão *faux pas* ou incidentes; a destruição ou arranhadura na imagem ou do *layout* do candidato projetado pelo especialista; as alterações ou discussões realizadas em emissões ao vivo destinadas a desestabilizar um dos elementos em disputa revelando os seus sinais de nervosismo e destruindo a máscara que lhe foi projetada.⁴⁶

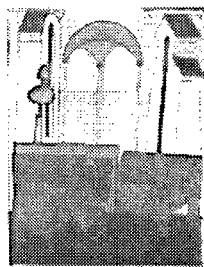
Por outras palavras, embora os estados emocionais sejam objeto de modelagem, alteração, reforço, adulteração pela ação da máquina eleitoral, em associação ou cumplicidade com os *mass media*, há acidentes de percurso que não podem ser previstos inteiramente pelo especialista, pelo fato de estarem incluídos nas chamadas falhas humanas. Isto significa que, embora a imagem, levada ao extremo, logre mitificar ou aclamar, sagrar, glorificar e canonizar o ator com a mesma presteza e celeridade, ela aniquila e destrói.

Abre-se, com este entendimento, oportunidade para uma virtual ou potencial atitude defensiva do homem perante os *mass media* e perante o processo de manipulação em geral. É neste chamado espaço defensivo que se estuda o efeito *boomerang* gerado pelos abusos manipulativos propiciados pelas sondagens eleitorais, pela perda da credibilidade nas pesquisas divulgadas e pela ação dos *mass media*.

⁴⁶ V. GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. 2. ed. Petrópolis : Vozes. p.191.

7. Considerações finais

Finalmente, fica o registro de que o mundo da suposta *democracia eletrônica* é um mundo labiríntico, pleno de desafios, onde é possível a convivência da homogeneização com a desigualdade, da riqueza com a miséria, da concórdia com a discórdia, da união com a fragmentação. É claro que os aspectos discutidos podem ser encarados numa dimensão positiva. Tal dimensão permite ver ou apreciar o mundo da tecnologia, dos *mass media* e da imagem com talento e competência para oxigenação da *democracia representativa*, libertando-a de um circuito que se diria fechado e intransitivo. Falar-se-ia, nesta circunstância, de uma *democracia irrequieta*, no sentido desenvolta, dinâmica,⁴⁷ impetuosa e vitalizada por meio da participação não de todos os cidadãos isoladamente considerados, mas de todos os segmentos da sociedade, ainda que se trate de uma realidade incipiente no plano da atual e generalizada prática democrática.⁴⁸



⁴⁷ V. CHAVES, Elias. *O sentido dinâmico da democracia*. São Paulo : Brasiliense, 1982.

⁴⁸ V. a análise crítica da democracia brasileira, numa perspectiva pessimista, realizada por STEPAN, Alfred em artigo apresentado no Congresso da Associação Internacional de Ciência Política, realizado em agosto de 1977, na Coréia do Sul e debatido no início de setembro de 1977, no IPEA, em Brasília.