

Os ingredientes do voto: Opinião do eleitor sobre que determinantes orientam sua escolha eleitoral na disputa presidencial

Adriano Oliveira – Doutor em
Ciência Política – UFPE – E-mail:
adrianopolitica@uol.com.br

Isys Pryscilla de Albuquerque –
Estatística – Instituto de Pesquisa
Maurício de Nassau (IPMN)

Simara Costa – Estatística – IPMN

37° ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS

ÁGUAS DE LINDOIA

SETEMBRO DE 2013

COMPORTAMENTO POLÍTICO

Resumo

Tendo como referência a literatura sobre o comportamento eleitoral dos brasileiros e pressupostos da Neurociência, buscou-se, através de survey realizado na cidade do Recife em abril de 2013, verificar quais os determinantes do voto que na opinião dos eleitores importam para eles realizarem sua escolha eleitoral na disputa presidencial. Os eleitores foram indagados quanto à importância de cada determinante e atribuíram valores para cada um. Os dados colhidos sofreram tratamento estatístico adequado com o objetivo de verificar qual a importância de cada determinante para os eleitores e a contribuição deles para explicar o desempenho eleitoral dos possíveis competidores na eleição presidencial de 2014. Conclui-se apresentando os ingredientes do voto que contribuem para a formação da preferência do eleitor e, por consequência, sua tomada de decisão na eleição presidencial.

Palavras-chave: Eleitores. Determinantes do voto. Tomada de decisão.

Summary

Referring to the literature on electoral behavior of Brazilians and assumptions of Neuroscience, we sought through a survey conducted in the city of Recife in April 2013, which verify the determinants of voting in the opinion of the voters matter to them fulfill their electoral choice in the presidential race. Voters were asked about the importance of each factor and assigned values for each. The collected data were treated statistically appropriate in order to verify that the importance of each factor for voters and their contribution to explain the electoral performance of potential competitors in the presidential election of 2014. We conclude by presenting what ingredients the vote that contribute to the formation of the voter's preference and consequently their decision making in the presidential election.

Keywords: Voters. Determinants of the vote. Decision making.

Introdução

Quais os determinantes do voto que explicam a escolha do eleitor nas disputas presidenciais brasileiras? Essa indagação faz parte dos inúmeros estudos eleitorais sobre o comportamento do eleitor. Dentre as obras que procuram responder à pergunta apresentada, destacamos: Carreirão (2002a); Lavareda (2009; 2011); Lourenço (2007); Peixoto; Rennó (2012); Pimentel Júnior (2007; 2010) e Singer (2000).

Carreirão (2002), Lavareda (2009) e Lourenço (2007) consideram as variáveis Bem-estar econômico, Avaliação da administração, Preferência partidária e Ideologia para interpretar as decisões dos eleitores. Peixoto e Rennó (2012) se referem à mobilidade social como variável que explica as escolhas dos eleitores. Lavareda (2011) e Pimentel Júnior (2007; 2010), com base em pressupostos da neurociência, buscam explicar as decisões dos eleitores por meio das emoções e dos sentimentos. Singer (2000) procura explicar o comportamento do eleitor através da ideologia e da preferência partidária.

Todos esses autores utilizam dados quantitativos e qualitativos para mostrar a viabilidade de considerar as variáveis mostradas na compreensão da escolha do eleitor. Entretanto, mesmo diante de inúmeras obras sobre as eleições presidenciais, inexistem trabalhos que procurem verificar entre os eleitores quais os determinantes que eles apreciam antes de realizarem suas escolhas eleitorais. No caso, quais os ingredientes do voto do eleitor?

Desse modo, este artigo tem o objetivo de responder à seguinte indagação: Quais os determinantes do voto que os eleitores utilizam como atalhos com o objetivo de realizar suas escolhas na disputa presidencial? A resposta a essa pergunta advém dos eleitores. Nesse sentido, este artigo sugere o caminho alternativo e complementar aos estudos eleitorais tradicionais para explicar as decisões dos eleitores na disputa presidencial.

Obteve-se a resposta à pergunta apresentada por meio de Survey realizado pelo Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau (IPMN) na cidade do Recife nos dias 1.º e 2 de abril entre 816 eleitores. Os entrevistados foram estimulados a atribuir notas para variados supostos determinantes,¹ apresentados a eles através da seguinte assertiva: “Em cada item abaixo, dê uma nota de 1 a 5 para o grau de importância na sua decisão na escolha

¹ Utilizamos o termo suposto determinante porque no decorrer do artigo iremos testar se empiricamente eles podem ser considerados determinantes do voto, ou seja: se os eleitores os consideram como atalhos para tomarem suas decisões eleitorais.

de um candidato a presidente da República.” Quanto mais próximo de 5, maior a importância do determinante.²

Os supostos determinantes contidos no cartão de resposta foram: 1) Admiração pelo candidato; 2) Confiança no candidato; 3) Preparo do candidato; 4) Propostas do candidato; 5) Medo de que os adversários vençam a eleição; 6) Administração bem avaliada; 7) Experiência política do candidato; 8) Apoio de um político importante; 9) Bem-estar econômico; 10) Ideologia do candidato; 11) Juventude do candidato; 12) Amadurecimento do candidato; 13) Partido do candidato; 14) Estar ou não envolvido em escândalos; 15) O candidato ser uma novidade; 16) O candidato ser do Nordeste.

Este artigo divide-se em três partes. Inicialmente, apresentamos as justificativas teóricas e empíricas para a escolha dos determinantes apresentados. Nesta seção, mostramos também que os determinantes do voto devem ser considerados atalhos informacionais para os eleitores já que eles estão em estado de incerteza.

Na segunda seção, apresentam-se e interpretam-se os resultados da pesquisa. Surge, ainda, uma discussão oportuna sobre a importância do determinante Preferência partidária para o eleitor. Tal discussão vem à tona em virtude de que o survey revela que a Preferência partidária importa para a tomada de decisão dos eleitores. Na última seção, apresentam-se as considerações finais, dentre as quais, a de que os eleitores consideram antes de votar um conjunto de determinantes, inclusive, os ainda não abordados pelos estudos eleitorais brasileiros.

O porquê dos determinantes e os atalhos para a escolha eleitoral

Dividimos os determinantes do voto analisados e testados empiricamente neste artigo em três categorias: Categoria 1: Determinantes tradicionais; Categoria 2: Determinantes cognitivos; Categoria 3: Determinantes propositivos. Incluso aos determinantes tradicionais estão os que são oferecidos e intensamente avaliados pela literatura brasileira sobre o comportamento do eleitor nas disputas presidenciais: 1) Ideologia; 2) Administração bem avaliada; 3) Bem-estar econômico; 4) Ideologia do candidato; 5) Partido do candidato.

Os determinantes cognitivos são: 1) Admiração pelo candidato; 2) Confiança no candidato; 3) Preparo do candidato; 4) Medo de que os adversários vençam a eleição; 5)

² Agradecemos ao Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau a realização da pesquisa e disponibilidade de dados.

Apoio de um político importante; 6) Experiência política do candidato; 7) Juventude do candidato; 8) Está ou não envolvido em escândalo; 9) Amadurecimento do candidato; 10) O candidato ser uma novidade (novo); 11) O candidato ser do Nordeste.

Os determinantes cognitivos foram escolhidos com base na literatura que lida com os aspectos cognitivos da decisão dos indivíduos, em particular do eleitor, por influência da literatura que trata de aspectos da Neurociência (DAMÁSIO, 1996, 2011; ELSTER, 1998; GLASER; SALOVEY, 1998; LADD, LENZ, 2011; LAVAREDA, 2009, 2011; LE BRETON, 2009; PIMENTEL JÚNIOR, 2007, 2010).

O determinante propositivo é representado pelas propostas dos candidatos. Tal determinante foi avaliado em virtude da seguinte hipótese: as propostas advindas dos candidatos podem influenciar a escolha dos eleitores. O Bolsa-Família representa proposição ofertada aos eleitores pelo PT em campanhas presidenciais, por exemplo, (REGO, 2010).

Os determinantes tradicionais já foram testados por variados autores e mostraram capacidade para explicar as decisões dos eleitores enquanto os determinantes cognitivos não foram demasiadamente testados pela maioria das obras nacionais que buscam explicar o comportamento do eleitor. Porém, Lavareda (2009, 2011), Oliveira e Gadelha (2012), e Pimentel Júnior (2007, 2010) desenvolveram análises sobre o comportamento do eleitor através de variáveis cognitivas. Desconhecemos obras que tenham considerado os determinantes propositivos.

As variáveis cognitivas representam as emoções e os sentimentos que eleitores sentem por candidatos. A tese é: eleitores sentem emoções e sentimentos, e estas podem vir a orientar as escolhas dos eleitores. As emoções são reações comuns aos indivíduos quando se deparam com determinados eventos e proporcionam alterações no corpo, em particular nos aspectos cognitivos dos indivíduos (DAMÁSIO, 1996, 2011).³

As emoções podem motivar o surgimento de sentimentos. Estes são perenes. No caso, indivíduos, munidos de dados sentimentos, reagirão sempre que eventos que

³ “Emoções são reações complexas, imediatas, diante de estímulos variados, em um processo extremamente rápido que não requer esforço consciente. Elas engajam nossas mentes e nossos corpos. São reações subjetivas, (como raiva ou medo) e neurofisiológicas (sudorese, tensão muscular, batimentos cardíacos acelerados, contração do estômago, dilatação da pupila, sorriso, náusea, entre outras). Essa é a visão predominante nos dias correntes.” (LAVAREDA, 2011, p. 2).

provocaram emoções iniciais voltarem à tona (DAMÁSIO, 1996, 2011). Indivíduos podem sentir emoções, mas não necessariamente os sentimentos surgem; estes ficam incrustados nos indivíduos. As emoções são efêmeras, e os sentimentos são perenes.

As emoções são inatas aos indivíduos, já nascem com elas, ou são adquiridas. Quando adquiridas, a convivência social dos indivíduos com outros indivíduos e a existência de dados eventos que surgem e que se relacionam com eles possibilitam o surgimento de emoções e, por consequência, dos sentimentos. Emoções e sentimentos nascem das visões de mundo dos indivíduos. Nesse caso, a cultura condiciona as emoções e os sentimentos (DAMÁSIO, 1996, 2011; ELSTER, 1998; LE BRETON, 2009).

As emoções e os sentimentos podem ser resumidos em três aspectos: 1) reação do indivíduo diante do outro ou de dado evento; 2) reação que provoca emoção e, talvez, sentimentos; 3) reações que criam emoções e sentimentos como afeto, admiração, ansiedade, compaixão, confiança, culpa, embaraço, entusiasmo, gratidão, inveja, medo, simpatia, dentre outros (DAMÁSIO, 1996, 2011; ELSTER, 1998; GLASER; SALOVEY, 1998; LADD; LENZ, 2011; LE BRETON, 2009; OLIVEIRA; GADELHA, 2012; PIMENTEL JÚNIOR, 2007, 2010).

Este artigo considera que emoções e sentimentos são categorias semelhantes. Contudo, destacamos que os sentimentos são consequência das emoções. Com o objetivo de facilitar o entendimento do leitor, não fazemos tal distinção entre os determinantes presentes na categoria cognitiva. Ou seja: se eles são emoções e se passaram a ser sentimentos. Não existe necessidade para tal.

As seguintes premissas estão presentes neste artigo:

- 1) Eleitores estão em estado de incerteza. Ou seja: eles não sabem em quem votar. Dessa forma, eles procuram atalhos, os quais são representados pelos determinantes tradicionais, cognitivos e propositivos. Os atalhos são fontes de informação para o eleitor que permitem que eles possam realizar sua escolha eleitoral – Tomada de decisão (KAHNEMAN, 2012, TONETTO et al., 2006; TVERSKY; KAHNEMAN, 1974).
- 2) Eventos ocorridos na conjuntura podem vir a provocar o surgimento de emoções/sentimentos dos eleitores para com os competidores (MESQUITA, 2010).

- 3) Eleitores buscam atalhos objetivos e subjetivos. Os atalhos objetivos são representados pelos determinantes tradicionais e propositivos. Os atalhos subjetivos são representados pelos determinantes cognitivos, no caso, emoções/sentimentos.

Quais os determinantes que importam para o eleitor?

A importância de cada determinante

Apresentamos, a seguir, os determinantes a que os eleitores atribuem maior importância para realizar suas escolhas eleitorais. Mostraremos, então, os ingredientes do voto para o eleitor. Em survey realizado na cidade do Recife, o pesquisador apresentou a seguinte opção ao entrevistado: “Em cada item abaixo, dê uma nota de 1 a 5 para o grau de importância na sua decisão na escolha de um candidato a presidente da República”. O eleitor entrevistado teve a opção de atribuir valores de 1 a 5 e também optar pela opção Não sabe/Não respondeu. Quanto mais próximo de 5, maior a importância do determinante para o eleitor.

Analisando inicialmente a Tabela 1, constatamos a presença dos determinantes tradicionais. Os componentes (subdeterminantes) da categoria dos determinantes tradicionais que têm maior importância para o eleitor, ou seja, os que receberam nota 5, foram: Administração bem avaliada (53%), Ideologia do candidato (47%), Partido do candidato (46%) e Bem-estar econômico (41%). Os determinantes que obtiveram os menores percentuais, no caso, nota 1, foram: Bem-estar econômico (9%), Partido do candidato (6%), Ideologia do candidato (4%) e Administração bem avaliada (2%).

Tabela 1 – Os determinantes tradicionais

Determinantes tradicionais	1	2	3	4	5	NS/NR
Administração bem avaliada	2%	3%	10%	23%	53%	9%
Bem-estar econômico	9%	7%	11%	21%	41%	10%
Ideologia do candidato	4%	4%	12%	21%	47%	12%
Partido do candidato	6%	6%	15%	20%	46%	8%

Fonte: Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau

A posição do determinante Bem-estar econômico causa surpresa em razão de que ampla literatura nacional e internacional sugere que ele é o principal determinante para a explicação do comportamento do eleitor (CARREIRÃO, 2006; FIORINA, 1981;

PEIXOTO; RENNÓ, 2012). Os determinantes Ideologia e Partido do candidato apresentam-se como variáveis importantes para o eleitor.

Singer (2000), ao analisar as eleições presidenciais de 1994 e 1996, mostra a importância dos determinantes Ideologia e Preferência partidária para explicar as decisões dos eleitores. Contudo, Carreirão (2002a, 2002b) e Oliveira (2012) argumentam que elas não têm grande importância quando comparadas com os determinantes Avaliação da administração e Bem-estar econômico. Então, os dados apresentados quanto aos determinantes tradicionais contrastam, em parte, com a literatura.

É consenso que o determinante Avaliação da administração explica as escolhas dos eleitores nas disputas presidenciais (ALMEIDA, 2008; LAVAREDA, 2009). Os dados apresentados estão, portanto, em consonância com a literatura. Ressaltamos, no entanto, que, assim como bem sugerem Oliveira e Santos (2009), a importância do determinante Avaliação da administração não deve ser compreendida isoladamente. Desse modo, propomos a seguinte interpretação: eleitores avaliam positivamente a gestão do competidor, mas existem outras variáveis que incentivam o eleitor a avaliar positivamente a administração do candidato à reeleição. Dentre essas, Bem-estar econômico.

Constam na Tabela 2 os componentes que integram os Determinantes cognitivos. Constatamos que os componentes (subdeterminantes) que obtiveram maior porcentual de nota (5) foram: Preparo do candidato (70%), Confiança no candidato (67%), Experiência política do candidato (60%), Admiração pelo candidato (58%), Estar ou não envolvido em escândalo (57%), Apoio de um político importante (50%) e Amadurecimento do candidato (50%).

Com base nos dados apresentados, observamos que o eleitor considera o preparo do candidato antes de votar. Nesse caso, a hipótese que temos é que o eleitor faz as seguintes indagações antes de realizar a sua escolha: o candidato X tem preparo para assumir a Presidência da República? Ele tem preparo para ser bom presidente? O survey realizado não capta o que significa candidato preparado para o eleitor. Porém, ele sugere que se o eleitor crê e tem o sentimento de que o candidato tem preparo para assumir a Presidência da República, tende a votar nele.

Tem-se a interpretação de que se o eleitor considera o candidato preparado, ele, certamente, confia que o candidato será um bom presidente, pois tem preparo e demais qualidades para exercer tal função. A experiência política do candidato, que supomos estar associada à sua carreira política e seu amadurecimento, possibilita que o eleitor adquira o sentimento de que ele tem preparo para ser presidente da República.

Tabela 2 – Os determinantes cognitivos

Determinantes cognitivos	1	2	3	4	5	NS/NR
Admiração pelo candidato	4%	5%	9%	17%	58%	7%
Confiança no candidato	1%	3%	6%	17%	67%	6%
Preparo do candidato	1%	2%	5%	16%	70%	6%
Medo de que os adversários vençam a eleição	17%	10%	14%	19%	29%	11%
Apoio de um político importante	6%	6%	10%	22%	50%	7%
Experiência política do candidato	1%	4%	7%	21%	60%	7%
Juventude do candidato	17%	6%	13%	19%	35%	10%
Estar ou não envolvido em escândalo	5%	4%	8%	16%	57%	10%
Amadurecimento do candidato	5%	5%	9%	22%	50%	9%
O candidato ser uma novidade	17%	7%	15%	13%	37%	11%
O candidato ser do Nordeste	6%	8%	14%	21%	44%	8%

Fonte: Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau

Portanto, o eleitor tem o sentimento de que é possível confiar no candidato escolhido, pois ele exercerá com competência a função de presidente da República. Temos a hipótese interpretativa de que a confiança, o preparo, a experiência política e o amadurecimento político do candidato possibilitam que os eleitores o admirem.⁴

O envolvimento em escândalos ou não por parte do candidato é fator importante para o eleitor. Embora as respostas dos eleitores perante o determinante “Estar ou não envolvido em escândalo de corrupção” nos sugira várias interpretações, optamos pela explicação que encontra aparato no senso comum da realidade, ou seja: os eleitores não desejam votar em competidores que estão envolvidos em casos de corrupção. Então, optam por candidatos sem nenhum envolvimento.

Parte considerável dos eleitores considera que o apoio de um político importante influencia na sua escolha eleitoral. Tal constatação apresentada pela pesquisa encontra

⁴ Admiração aqui entendida como a manifestação de sentimentos positivos de alguém para outrem.

sustentação teórica nos argumentos de Kahneman (2012) e Tonetto et al. (2006) e sustentação empírica nos argumentos de Oliveira et al. (2013). Segundo esses autores, indivíduos, ao precisarem tomar uma decisão e diante do estado de incerteza quanto às consequências da decisão, procuram referências que representam atalhos informacionais. Por meio desses atalhos, os indivíduos tomam suas decisões.

Nesse sentido, temos a hipótese de que o eleitor, ao estar em um estado de incerteza e com a necessidade de tomar decisão, no caso, realizar a escolha eleitoral, busca informações sobre os candidatos. Ao descobrir que o competidor A tem o apoio de B, o eleitor opta por A, já que B tem sua admiração, por exemplo. Portanto, o apoio político é um atalho utilizado pelos eleitores para realizar sua escolha eleitoral.

Os determinantes cognitivos que têm menor importância para o eleitor, pois parte dos eleitores lhe atribuiu nota 1, são: Juventude do candidato (17%), O candidato ser uma novidade (17%) e Medo de que os adversários vençam a eleição (17%). Ao comparar os determinantes de maior importância para os eleitores com os de menor, constatamos a coerência na opinião dos eleitores quanto aos determinantes.

A preferência dos eleitores não é por candidatos jovens, mas por candidatos maduros e com experiência política. O propalado termo “novo” presente costumeiramente em análises eleitorais não está entre os determinantes mais importantes. Ou seja: não basta um candidato ser uma novidade (ser o novo) no contexto eleitoral, ele precisa ter outras qualidades. Frisamos que pesquisa revela que os eleitores quando realizam sua escolha não o faz considerando, necessariamente, o “menos ruim”. Observem que o determinante “Medo de que os adversários vençam a eleição” não obtém alto percentual.

Os determinantes propositivos, que são representados por apenas um componente (subdeterminante), qual seja, Propostas do candidato, obtiveram 66% de eleitores que lhes atribuíram nota 5 e 1% atribuiu nota 1 (cf. Tabela 3). A literatura nacional sobre o comportamento do eleitor não aborda o determinante proposto. Neste artigo mostra-se que tal determinante deve ser apreciado quando da análise do comportamento do eleitor na eleição presidencial.

Tabela 3 – Determinante propositivo

Determinantes cognitivos	1	2	3	4	5	NS/NR
Propostas do candidato	1%	1%	6%	18%	66%	7%

Fonte: Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau

A análise conjunta dos determinantes

Na Tabela 4, inserem-se todos os determinantes (componentes) pertencentes às três categorias de determinantes – Tradicionais, Cognitivos e Propositivos. Com isso, buscamos responder à seguinte indagação: qual é o percentual de eleitores que atribui valores 1 e 2; 3; e 4 e 5 aos componentes que integram os determinantes tradicionais, cognitivos e propositivos?

Tabela 4 – A importância dos determinantes

Determinantes	1 e 2	3	4 e 5
Tradicionais	11,4%	13,4%	75,2%
Cognitivos	13,7%	11,1%	75,3%
Propositivos	3,2%	6,6%	90,2%

Mostra-se, na Tabela 4, que os determinantes tradicionais e cognitivos têm importância semelhante para os eleitores; e o determinante propositivo é o que tem maior importância. Observem que: 1) atribuíram valores de 4 e 5 aos variados determinantes tradicionais postos 75,2% dos entrevistados; 2) conferiram valores 4 e 5 aos determinantes cognitivos 75,3% dos eleitores; 3) e aplicaram valores 4 e 5 para os determinantes propositivos 90,2% dos inquiridos.

Concluimos, então, que o determinante propositivo, apesar de ser apenas um, no caso, as propostas dos candidatos, tem maior influência nas escolhas dos eleitores quando comparamos com os outros determinantes. Entretanto, salientamos que os dados mostram que o conjunto dos determinantes é apreciado pelos eleitores antes da escolha eleitoral. Desse modo, as três categorias de determinantes analisados – Tradicionais, Cognitivos e Propositivos – são os ingredientes do voto dos eleitores.

Os determinantes e a escolha do eleitor em uma hipotética eleição presidencial

Quais os determinantes que influenciam a escolha do eleitor recifense em uma hipotética eleição presidencial? A pesquisa do IPMN verificou também as intenções de voto dos possíveis candidatos a presidente da República na eleição de 2014 em diversos cenários.

No cenário 1, a presidente Dilma Rousseff obtém 36% de intenções de voto e o governador Eduardo Campos 34%; Marina Silva tem 4% e Aécio Neves 2% das intenções de voto. Em outro cenário, o ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva obtém 49% das intenções de voto e Eduardo Campos 25%; Marina Silva tem 4% e Aécio Neves 2% de intenções de voto.

Tendo como base o universo de eleitores que atribuíram valores 4 e 5 aos determinantes do voto propostos, constatamos que:

1. Eduardo Campos obtém 37,1% de intenções de voto entre os eleitores que atribuem relevante importância aos determinantes tradicionais – 75,2%. Dilma Rousseff conquista 36,5%.
2. Entre os eleitores que atribuem considerável relevância aos determinantes cognitivos (75,3%), a presidente Dilma Rousseff lidera com 36,8% e o governador Eduardo Campos obtém 35,8%;
3. No universo dos eleitores que atribuem grande importância aos determinantes propositivos (90,2%), Dilma Rousseff obtém 36,7% e Eduardo Campos 36,6% (Tabela 5).

Tabela 5 – Os determinantes e as intenções de voto para presidente

Determinantes Candidatos	Tradicionais (%)			Cognitivos (%)			Propositivos (%)		
	1 e 2	3	4 e 5	1 e 2	3	4 e 5	1 e 2	3	4 e 5
Dilma Rousseff	30,2	38,3	36,5	36,2	36,2	36,8	20,8	33,3	36,7
Eduardo Campos	27,0	28,1	37,1	30,4	30,2	35,8	4,2	22,9	36,6
Outros	9,0	7,5	6,2	8,5	7,4	6,6	0,0	8,3	6,8
Em branco/nulos	8,5	9,5	6,9	7,4	9,5	6,9	16,7	12,5	6,4
NS/NR	24,4	16,6	13,3	17,5	16,6	13,9	58,3	22,9	13,5

Fonte: Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau

Por que Dilma lidera entre os eleitores que atribuem menor importância aos determinantes analisados? Essa é a pergunta fundamental que surge já que os dados revelam coerência entre as intenções de voto dos competidores e os determinantes analisados no quadrante com maiores notas. Além disso, a totalidade dos dados mostra que todos os três determinantes avaliados contribuem para a escolha do eleitor.

Na Tabela 6, mostra-se a hipotética disputa eleitoral entre o ex-presidente Lula e Eduardo Campos. O ex-presidente lidera no universo dos três determinantes estabelecidos, independentemente da importância (valores) dos determinantes. Apreciando os cenários presidenciais, concluímos que: 1) os três determinantes apresentados importam para explicar a escolha do eleitor, independentemente do candidato; 2) por consequência da primeira conclusão, afirmamos que os eleitores associam os determinantes aos candidatos e, por consequência, realizam suas escolhas. É por isto os consideramos atalhos.

Tabela 6 – Os determinantes e as intenções de voto para presidente

Determinantes Candidatos	Tradicionais (%)			Cognitivos (%)			Propositivos (%)		
	1 e 2	3	4 e 5	1 e 2	3	4 e 5	1 e 2	3	4 e 5
Lula	51,3	47,0	50,4	55,8	49,5	50,5	12,5	30,6	52,1
Eduardo Campos	12,2	23,3	27,3	15,9	22,6	26,1	12,5	24,5	25,7
Outros	8,5	5,9	5,2	8,5	6,0	5,7	0,0	8,2	5,8
Em branco/nulos	7,9	7,5	5,5	5,8	6,8	5,5	20,8	12,2	4,8
NS/NR	20,1	16,2	11,7	14,0	15,2	12,1	54,2	24,5	11,6

Fonte: Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau

Uma indagação necessária

Diante do resultado que mostrou a importância do determinante Preferência partidária, verificamos se tal importância reflete-se nas intenções de voto dos candidatos. A pesquisa do IPMN fez a seguinte indagação ao eleitor: Qual partido político que você mais admira? A resposta dos entrevistados foi espontânea.

Na Tabela 7, registra-se que o PT é o partido mais admirado pelos recifenses, pois 34,3% dos eleitores declararam espontaneamente admirá-lo. Em seguida, constatamos

que 23,7% dos eleitores respondem que não admiram nenhum partido. O PSDB tem 6,3% de admiradores, o PMDB 6,4% e o PSB tem 6,0%.

Tabela 7 – Intenções de voto e preferência partidária

	Total	Aécio Neves	Dilma Rousseff	Eduardo Campos	Marina Silva	Em branco/nulos	NS/NR
BASE	100%	2,3%	35,6%	34,0%	4,1%	7,5%	16,4%
PT	34,3%	4%	31%	33%	0%	8%	24%
Nenhum	23,7%	2%	28%	18%	7%	19%	25%
PSDB	6,3%	0%	50%	40%	0%	4%	6%
PMDB	6,4%	0%	16%	82%	0%	0%	2%
PSB	6,0%	14%	24%	53%	4%	2%	4%
Outros	9,0%	7%	25%	29%	19%	4%	15%
NS/NR	14,3%	0%	37%	22%	3%	5%	33%

Fonte: Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau

No universo dos eleitores que admiram o PT, 31% declaram votar em Dilma para presidente da República, e 33% afirmam que preferem Eduardo Campos. Nesse caso, não podemos afirmar que os eleitores que admiram o PT votam majoritariamente na candidata do PT, no caso, Dilma Rousseff.

Porém, destacamos dois pontos: 6,3% dos eleitores admiram o PSDB, mas nesse universo, Aécio Neves não obtém intenções de voto. Dilma Rousseff e Eduardo Campos lideram nesse espaço. Por outro lado, 6% dos eleitores frisam que admiram o PSB. Nesse universo, Eduardo Campos obtém 53% de intenções de voto e a candidata do PT 24%. Nesse último caso, temos a hipótese de que a preferência partidária importa para os eleitores.

Na Tabela 8, mostra-se que no universo dos eleitores que preferem o PSB (6%), optam por votar em Eduardo Campos 71%, e 27% no ex-presidente Lula. Entretanto, no universo dos que admiram o PT (34,3%), declaram votar no ex-presidente 70%, e 22% afirmam preferir Eduardo Campos. Esses dados sugerem associação entre preferência partidária e intenções de voto.

Tabela 8 – Intenções de voto e preferência partidária

	Total	Lula	Eduardo Campos	Outros	Em branco/nulos	NS/NR
BASE	100%	48,6%	25,0%	5,5%	6,0%	14,8%
PT	34,3%	70%	22%	0%	3%	6%
Nenhum	23,7%	40%	16%	7%	17%	20%
PSDB	6,3%	24%	51%	16%	2%	8%
PMDB	6,4%	37%	29%	4%	4%	25%
PSB	6,0%	27%	71%	0%	0%	2%
Outros	9,0%	33%	24%	25%	3%	15%
NS/NR	14,3%	49%	16%	3%	3%	29%

Fonte: Instituto de Pesquisa Maurício de Nassau

Porém, diante dos dados apresentados, surge a seguinte indagação: candidatos são vetores que motivam o eleitor a preferir o seu partido ou são os partidos que são os vetores que incentivam eleitores a votar em dado candidato? A resposta a tal indagação clarifica a importância do determinante Preferência partidária para o eleitor.

Considerações finais

A compreensão do comportamento do eleitor na disputa presidencial não ocorre exclusivamente pela análise dos determinantes tradicionais conforme sugere a densa literatura brasileira. Este artigo, ao ouvir o eleitor quanto à importância dos variados determinantes, identificou que o conjunto de determinantes contribui para explicar a tomada de decisão dos eleitores. Mostramos que não só os determinantes tradicionais importam, mas também os cognitivos e propositivos.

A simplicidade explicativa não pode estar presente na análise do comportamento dos eleitores. Tal simplicidade se representa pela exclusiva utilização dos determinantes tradicionais na explicação do comportamento do eleitor. Este artigo mostra que os eleitores, ao fazerem escolhas, consideram variados atalhos, os quais são representados pelos determinantes apresentados.

Ao ouvir os eleitores sobre os determinantes que eles consideram para realizar suas escolhas eleitorais e identificar quais são eles, este artigo incentiva novas pesquisas sobre o comportamento do eleitor. Tais pesquisas devem dar atenção não só aos determinantes tradicionais, mas também aos cognitivos e propositivos. Portanto, a

explicação das escolhas dos eleitores não deve relegar os novos determinantes propostos, pois os eleitores, ao serem ouvidos, mostraram que são variados os atalhos que eles consideram antes de tomarem suas decisões.

Os dados apresentados evidenciam que os componentes dos determinantes cognitivos e propositivos podem vir a ser utilizados na interpretação do comportamento dos eleitores nas disputas presidenciais. Para tal empreitada, faz-se necessário que surveys incorporem os componentes propostos. Com isso, será possível identificar, além dos determinantes tradicionais, quais outros têm importância para o eleitor em dado pleito presidencial.

Apresentamos a importância para os eleitores do determinante Preferência partidária. Também evidenciamos que os eleitores que admiram o PSB votam majoritariamente em Eduardo Campos – possível candidato do PSB à Presidência da República. Obviamente, que daí decorre a dúvida, que novamente apresentamos: candidatos são vetores que motivam o eleitor a preferir o seu partido ou são os partidos que são os vetores que incentivam eleitores a votar em dado candidato?

Este artigo apresentou os ingredientes do voto que são importantes para o eleitor em sua opinião. Os ingredientes são os determinantes e os atalhos que os eleitores apreciam e utilizam antes da realização da sua escolha eleitoral. A cesta de determinantes apresentada tem o objetivo de contribuir para a interpretação do comportamento eleitoral brasileiro, em particular, na competição presidencial.

Referências

ALMEIDA, Alberto Carlos. *A cabeça do eleitor: estratégia de campanha, pesquisa e vitória eleitoral*. São Paulo: Record, 2008.

CARREIRÃO, Yan de Souza. *A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2002a.

_____. La elección presidencial brasileña de 2006: voto económico y clivajes sociales. In: BRAUN, Maria; STRAW, Cecília. (Org.) *Opinion Pública: una mirada desde América Latina*. Buenos Aires: Planeta, 2009.

_____. Identificação ideológica e voto para presidente. *Opinião Pública*, v. 8, nº 1, nov. 2002b.

CARREIRÃO, Yan de Souza. Identificação ideológica, partidos e voto na eleição presidencial de 2006. *Opinião Pública*, v. 13, nº 2, nov. 2007.

DAMÁSIO, António R. *E o cérebro criou o homem*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

_____. *O erro de Descartes*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

ELSTER, Jon. Emotions and economics theory. *Journal of Economic Literature*, v. 36, p. 47-74, mar. 1998.

FIORINA, Morris. *Retrospective voting in american national elections*. New Haven: Yale University Press, 1981.

GLASER, Jack; SALOVEY, Peter. Affecte in electoral politics. *Personnality and social Psychology Review*, v. 2, n. 3, p. 156-172, 1998.

KAHNEMAN, Daniel. *Pensar, depressa e devagar*. Lisboa: Temas e Debates, 2012.

LADD, MacDonald Jonathan; LENZ, Gabriel S. Does anxiety improve voters decision making? *Political Psychology*, v. 32, n. 2, 2011.

LAVAREDA, Antonio. *Emoções ocultas e estratégias eleitorais*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

_____. Neuropolítica: o papel das emoções e do inconsciente. *Dossiê Marketing Político*, n. 90, p. 120-146, jun./ago. 2011.

LE BRETON, David. *As paixões ordinárias: antropologia das emoções*. Tradução de Luís Alberto Salton Peretti. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

LOURENÇO, Luiz Cláudio. *Abrindo a caixa-preta: da indecisão à escolha a eleição presidencial de 2002*. Rio de Janeiro, 2007. Tese (Doutorado em Ciências Políticas e Sociologia) - Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, 2007.

MESQUITA, Bruce Bueno. *The predictioneer's game: using the logico of brazen self-interest to see and shape the future*. New York: Random House Trade Paperbacks, 2010.

OLIVEIRA, Adriano. O estado da arte dos determinantes do voto no Brasil e as lacunas existentes. *Soc. e Cult.*, Goiânia, v. 15, n. 1, p. 193-206, jan./jun. 2012.

_____; GADELHA, Carlos. Os sentimentos dos eleitores importam para a explicação do comportamento do eleitor? *Em Debate*, Belo Horizonte, v. 4, n. 4, jul. 2012.

_____; GADELHA, Carlos; COSTA; Djalma. A eleição municipal do Recife em 2012: “petismo”, “eduardismo” e o neodeterminante do voto. In: CONGRESSO COMPOLÍTICA, 5., 2013, Curitiba. *Anais...* Curitiba, 2013.

OLIVEIRA, Adriano; ROMÃO, Maurício Costa; GADELHA, Carlos. *Eleições e pesquisas eleitorais: desvendando a caixa-preta*. Curitiba: Juruá, 2012.

_____; SANTOS, Roberto. Boas administrações elegem candidatos?: análise do comportamento dos eleitores em sete capitais brasileiras nas eleições de 2008. *Revista Debates*, Porto Alegre, v. 3, n. 2, p. 116-138, jul.- dez.2009.

PEIXOTO, Vitor; RENNÓ, Lúcio. Mobilidade social ascendente e voto: as eleições presidenciais de 2010 no Brasil. *Opinião Pública*, v. 17, n. 2, nov. 2011. Disponível em:<<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-62762011000200002>>. Acesso em: 6 fev. 2012.

PIMENTEL JÚNIOR, Jairo Tadeu Pires. *Razão e emoção no voto: o caso da eleição presidencial de 2006*. 128 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

_____. Razão e emoção: o voto na eleição presidencial de 2006. *Opinião Pública*, Campinas, v. 16, n. 2, p. 516-541, nov. 2010.

REGO, Walquiria Domingues Leão. Política de cidadania no governo Lula. Acção de transferência estatal de renda: o caso do Programa Bolsa Família. *Revista Temas y Debates*. año 14, número 20, octubre 2010, pp 141-155.

SINGER, André. *Esquerda e direita no eleitorado brasileiro: a identificação ideológica nas disputas presidenciais de 1989 e 1994*. São Paulo: Edusp, 2000.

TONETTO, Leandro Miletto et al. O papel das heurísticas no julgamento e na tomada de decisão sob incerteza. *Estudos de Psicologia*, Campinas, v. 23, n. 2, abr.-jun. 2006.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. *Science*, New Series, v. 185, n. 4.157, p. 1.124-1.131, sept. 1974.