

**Universidade Federal de Santa Catarina  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política**

---

**O SIGNIFICADO DO VOTO EM ELEIÇÕES MUNICIPAIS:  
ANÁLISE DOS PROCESSOS DE DECISÃO DE VOTO EM  
ELEIÇÕES PARA PREFEITO EM ITAJAÍ/SC.**

---

**Ivann Carlos Lago**

Florianópolis, Julho de 2005

**Universidade Federal de Santa Catarina  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política**

---

**O SIGNIFICADO DO VOTO EM ELEIÇÕES MUNICIPAIS:  
ANÁLISE DOS PROCESSOS DE DECISÃO DE VOTO EM ELEIÇÕES  
PARA PREFEITO EM ITAJAÍ/SC.**

---

Dissertação de Mestrado apresentada para a obtenção do grau de mestre junto ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, sob a orientação do Prof. Dr. Yan de Souza Carreirão.

**Ivann Carlos Lago**

Florianópolis, Julho de 2005

**Universidade Federal de Santa Catarina  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política**

---

**O SIGNIFICADO DO VOTO EM ELEIÇÕES MUNICIPAIS:  
ANÁLISE DOS PROCESSOS DE DECISÃO DE VOTO EM ELEIÇÕES  
PARA PREFEITO EM ITAJAÍ/SC.**

---

Dissertação de Mestrado apresentada para a obtenção do grau de mestre junto ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, sob a orientação do Prof. Dr. Yan de Souza Carreirão.

**Banca Examinadora**

**Prof Dr. Yan de Souza Carreirão**  
Presidente-Orientador

**Prof Dr. Julian Borba**  
Membro

**Prof Dr. Erni Seibel**  
Membro

**Ivann Carlos Lago**

Florianópolis, Julho de 2005

## Epígrafe

*Não queremos uma coisa porque tenhamos razões para isso; descobrimos razões para isso porque queremos a coisa; chegamos até a elaborar teologias e filosofias para vestir nossos desejos.*

(Schopenhauer)

## **Agradecimentos**

Ao final deste trabalho, é difícil a tarefa de agradecer devidamente a todas as pessoas que contribuíram, direta ou indiretamente, para sua conclusão. Contudo, ainda assim é preciso tentar.

Inicialmente, devo agradecer aos professores do Curso de Ciências Sociais da UNIVALI, de maneira especial ao Sérgio, o Flávio, a Neusa e o Carlos. Foram eles quem me despertaram para o fascinante mundo da academia e me ampararam nos meus primeiros passos após decidir fazer parte dele. Ao Sérgio devo agradecer duplamente, pois foi ele, mais que qualquer outro, quem me ensinou a pesquisar e, principalmente, a pensar. Também duplamente devo agradecer ao Flávio, por me abrir as portas da Universidade, e também pelas caronas e boas conversas nas muitas viagens entre Itajaí e Florianópolis durante o curso.

Quero agradecer ainda ao pessoal do NESP – Núcleo de Estudos Sócio-Antropológicos e Políticos da UNIVALI – especialmente na pessoa do Sérgio, uma vez mais, por autorizar a utilização dos dados quantitativos das pesquisas que serviram como fonte de informações para trabalho aqui apresentado.

Aos dois irmãos que a vida e as lutas me deram, ambos chamados Vilmar. Ao Vilmar Fontoura, por me mostrar que sabedoria tem muito pouco a ver com instrução acadêmica e por ser portador de uma simplicidade e pureza que, tenho certeza, jamais encontrarei igual. A você, meu irmão, minha eterna admiração, meu eterno respeito e a promessa de ser sempre alguém com quem poderá contar, a qualquer hora.

Ao Vilmar Bartz, por ser o apoio, a motivação, o exemplo e a companhia quando nada e ninguém mais poderiam sê-lo. Mais que ninguém, Vilmar, você sabe e entende o quanto nos foi penosa a vida e a sobrevivência enquanto o que somos hoje era apenas um sonho, do qual não acordávamos apenas por que nossa vontade era maior que tudo e todos que tentavam nos desacreditar.

Aos meus pais, Moisés e Ivone. Ao longo de minha vida, nunca puderam me dar tudo aquilo que queriam, mas nunca deixaram de me dar aquilo de que eu precisava. Sua simplicidade, sua pureza, sua honestidade e seu caráter foram exemplos sem os quais tenho certeza que não teria ido tão longe pelos caminhos dessa vida. Seria imensamente feliz se conseguir chegar ao fim de minha existência conseguindo carregar ainda um pouquinho que seja da determinação de minha mãe e da apaixonante simplicidade e pureza de meu pai. Amo vocês.

Ao Yan, meu orientador, pela paciência e precisão ao ler cada uma das várias versões desse trabalho. Sem elas, com certeza os resultados aqui apresentados não seriam, de forma alguma, os mesmos. Embora, claro, a responsabilidade pelas falhas e limites ainda existentes são inteiramente minhas.

Por último, não posso deixar de agradecer a minha esposa, Rafaella. Sua compreensão, seu apoio, seu incentivo e, muitas vezes, simplesmente sua companhia, foram fundamentais para que eu continuasse, embora às vezes ela nem mesmo se desse conta disso. Mesmo que eu não consiga demonstrar, você teve importância fundamental, não só para a realização desse sonho em particular, mas para toda minha vida. A você, Rafa, minha eterna gratidão e meu amor eterno.

## **Resumo**

O presente trabalho constitui-se de uma análise acerca do significado do voto entre os eleitores do município de Itajaí / SC, construída a partir da combinação entre três pesquisas quantitativas e uma pesquisa qualitativa, realizada com tais eleitores, entre julho e setembro de 2004, tendo como foco as eleições de outubro do mesmo ano. Tenta combinar elementos de análise oriundos das principais teorias explicativas do voto – Teoria Sociológica, Teoria Psicossociológica e Teoria da Escolha Racional – e algumas de suas variações encontradas na literatura brasileira sobre o tema, com especial ênfase na avaliação de desempenho dos governos e candidatos, principalmente sob seu aspecto personalista, como importante categoria definidora das escolhas eleitorais.

# Sumário

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1: AS TEORIAS EXPLICATIVAS DO COMPORTAMENTO ELEITORAL</b> .....	<b>14</b>
1.1 A ABORDAGEM SOCIOLÓGICA .....	14
1.2 A PERSPECTIVA PSICOLÓGICA E/OU PSICOSSOCIOLÓGICA .....	17
1.3 A TEORIA DA ESCOLHA RACIONAL.....	23
<b>CAPÍTULO 2: AS TEORIAS EXPLICATIVAS DO VOTO NO BRASIL</b> .....	<b>31</b>
2.1 O "ELEITOR TIPO FLAMENGO".....	32
2.2 O VOTO A PARTIR DA PERCEPÇÃO – IMAGEM – QUE OS ELEITORES CONSTROEM DOS CANDIDATOS.....	36
2.3 A "SOFISTICAÇÃO POLÍTICA" COMO DETERMINANTE DO COMPORTAMENTO POLÍTICO-ELEITORAL.....	40
2.4 O VOTO POR IDENTIFICAÇÃO IDEOLÓGICA .....	45
2.5 O "NOVO ELEITOR NÃO RACIONAL" .....	49
2.6 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO, AVALIAÇÃO DE CANDIDATOS E DECISÃO DE VOTO.....	54
2.7 OS ESTUDOS DA ANTROPOLOGIA POLÍTICA .....	63
<b>CAPÍTULO 3: ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	<b>67</b>
3.1 INTRODUÇÃO.....	67
3.2. O "MUNDO DA POLÍTICA", A CULTURA POLÍTICA E O "INTERESSE" DO ELEITOR.....	72
3.3 AVALIAÇÃO DE GOVERNO, AVALIAÇÃO DO CANDIDATO E A BUSCA PELO "POLÍTICO IDEAL". .....	98
3.4 A QUESTÃO DA (NÃO)IDENTIFICAÇÃO PARTIDÁRIA E A (DES)IDEOLOGIZAÇÃO DAS CAMPANHAS EM NÍVEL LOCAL .....	124
3.5 ESCOLARIDADE, "SOFISTICAÇÃO POLÍTICA" E O MODELO DO "ELEITOR INTERPRETANTE": SOBRE COMO O ELEITOR CONSEGUIE AS INFORMAÇÕES POLÍTICAS E O USO QUE FAZ DELAS.....	135
3.6 A DISPUTA ELEITORAL COMO UMA DISPUTA RELACIONAL: O CANDIDATO E A CAMPANHA NO "TEMPO DA POLÍTICA" .....	158
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>166</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>176</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>181</b>
ANEXO "A": LISTA DE INFORMANTES.....	181
ANEXO "B": ROTEIRO DAS ENTREVISTAS QUALITATIVAS.....	182



## Introdução

Um dos maiores problemas enfrentados pelos cientistas sociais que se dedicam ao estudo do comportamento eleitoral tem sido a questão da previsibilidade. Afinal, parece não ser "suficiente" (ou mesmo satisfatório) fornecer *a posteriori* explicações sobre por que os eleitores votaram dessa ou daquela maneira, nesse ou naquele candidato, depois de contabilizados os votos. Embora, por si só tais explicações já constituam um enorme desafio, dificilmente alguma teoria explicativa do voto se furta ao desejo de postular uma possível "lógica" da decisão eleitoral – seja ela moral, simbólica, cognitiva, racional, ideológica, psicológica, histórico-contextual – capaz, por sua vez, de predizer, com um grau considerável de acerto, a direção das escolhas futuras dos eleitores.

Fenômenos sociais são fenômenos de grande complexidade e motivados por uma multiplicidade de variáveis. Desse modo, enquanto fenômeno social, o voto, ou melhor, o comportamento eleitoral, está entre os fenômenos políticos mais difíceis de atribuir previsibilidade. Tentativas de explicação do voto através da noção de representação ideológica ou de interesses, da estratificação social, do regionalismo, da segmentação religiosa, de clivagens sociais, do cálculo racional, da psicologia, têm produzido importantíssimas reflexões sobre o tema, mas estão longe de esgotá-lo justamente por que não captam – nem poderiam fazê-lo – toda a multiplicidade de variáveis que lhes são inerentes. Sexo, idade, situação econômica, situação cultural, religião, escolaridade, estilo de vida, tradição, visão de mundo, história, "sofisticação política", contexto histórico, tradição familiar, "centralidade", valores morais, avaliação de governos e candidatos, etc. Quanto mais se produz sobre o tema, mais se tem noção do quanto ele é complexo.

Contudo, mesmo aceitando essa postura metodológica, isso não significa que devemos abrir mão de investigações que busquem explicações sobre possíveis "tendências" eleitorais, a partir de análises que tenham como objetivo identificar a

maior quantidade possível de elementos que influenciam na determinação do voto, e quais entre eles são mais importantes nos diferentes grupos sociais, em diferentes momentos e contextos históricos e nos diferentes níveis e modalidades de eleições – nacionais, estaduais, municipais, majoritárias, proporcionais.

No Brasil, especialmente nas últimas duas décadas (a partir da redemocratização), muitos trabalhos têm sido produzidos com esses objetivos<sup>1</sup>. Esses trabalhos tomaram uma variada gama de pressupostos, seguiram diversas perspectivas teóricas e metodológicas e produziram um vasto conjunto de resultados (respostas), freqüentemente contraditórios entre si. Mas o mais importante é que construíram uma valiosíssima sistematização e interpretação de dados e formulação de teorias que tem servido para novas e constantes reflexões que, no seu conjunto, têm possibilitado significativos avanços no desenvolvimento desse campo de pesquisa no país.

É, pois, a partir da revisão crítica de grande parte dessa literatura, e com o objetivo de testar a aplicabilidade de alguns de seus conceitos, hipóteses e pressupostos para a compreensão do comportamento eleitoral em eleições municipais que, através desta pesquisa, pretendemos contribuir para o enriquecimento do arcabouço explicativo sobre o tema.

Por si só, enquanto ramo de investigações das ciências sociais – especialmente da sociologia política – o estudo do comportamento eleitoral já constitui importantíssimo campo de análise, cuja importância ultrapassa o espaço acadêmico para transformar-se num fator fundamental para o entendimento e até mesmo a manutenção da democracia. Expressão máxima e momento simbólico por excelência da democracia representativa, o evento eleitoral é muito mais que “uma festa popular democrática”. É o derradeiro momento de constituição e, especialmente, de legitimação desse sistema que aprendemos não só a admirar, mas a desejar e defender.

---

<sup>1</sup> Dentre eles podemos destacar os de Singer (1991, 1994, 1998, 2000), Castro (1994), Silveira (1996, 1998), Carreirão (2002), Baquero (1985, 1997), entre outros, os quais serão tomados para análise ao longo do presente trabalho.

Portanto, entender os mecanismos que estão aí envolvidos – seja no que tange a questões ligadas à moralidade e valores, avaliação de desempenho, cálculo e avaliação racional, utilitarismo, voto emotivo, etc. – é de fundamental importância, inclusive, para garantirmos sua própria sobrevivência, além de ser condição *sine qua non* para qualquer tentativa de aprimorá-lo.

Contudo, a maioria dos autores que tem se dedicado ao estudo do comportamento eleitoral, tem dado prioridade a estudos sobre eleições nacionais (para Presidência da República), existindo raríssimos trabalhos dedicados à análise do fenômeno eleitoral em nível local (municipal)<sup>2</sup>, o que demonstra a necessidade de realização de pesquisas que tomem esta perspectiva. Afinal, eleições nacionais e municipais envolvem dinâmicas, “lógicas” e mecanismos político-eleitorais significativamente diferentes, de modo que as reflexões realizadas acerca daquelas podem até servir de referência para estudos sobre estas, mas a generalização de seus resultados é algo no mínimo arriscado sem as devidas análises, comparações e contextualizações.

Muito embora a escassa literatura que aborda o tema, de modo geral, aponte para o fato de eleições locais envolverem lógicas e dinâmicas diferentes, especialmente em cidades pequenas e médias onde a relação candidato-eleitor é muito mais próxima fisicamente (relações de amizade, parentesco, favores, etc.), e os problemas em pauta nas campanhas serem de natureza e dimensões bastante diferentes daqueles que compõem o debate de uma eleição presidencial, praticamente não existem estudos que tenham procurado se aprofundar nesse tipo de análise.

Por isso, nos parece de fundamental importância a iniciativa de realizar estudos sobre o sentido e o significado do voto em eleições municipais, entre outros motivos, para “testar” o potencial explicativo das teorias e dos conceitos utilizados nas análises de eleições em outros níveis.

---

<sup>2</sup> Uma importante exceção a esta afirmação são as obras de Marcelo Baquero, importante estudioso do comportamento eleitoral no Brasil, que tem realizado importantes estudos sobre o processo de decisão do voto dos eleitores em nível local e regional, especialmente no rio Grande do Sul.

Que eleições municipais constituem eventos democráticos cuja dinâmica, forma e conteúdo são diferentes de eleições nacionais é, de certa forma, consenso. Porém, “como”, “porque” e “em que medida” se dá essa diferença, são questões que ainda precisam de muita dedicação analítica dos cientistas sociais para serem respondidas. A motivação do voto para prefeito possui algum nível de ideologização? É um processo que envolve “cálculo” e ou identificação “ideológico-racional”? Se envolve, em que medida o faz? Que importância possuem o clientelismo, assim como o personalismo e as relações de amizade e parentesco na decisão de voto? Qual a importância da avaliação de desempenho (dos governos, e dos candidatos) nas eleições municipais? Quais elementos são considerados na avaliação dos governos, partidos e candidatos que podem ser diferentes dos elementos utilizados para o mesmo tipo de avaliação sobre governos nacionais? Qual é o “papel” da mídia, especialmente no que se refere às campanhas eleitorais, na dinâmica das eleições locais? Como deve ser a imagem de um candidato (ideal) a prefeito? Qual a importância de categorias como escolaridade, sofisticação política, valores familiares, identidade ideológica e partidária, imagem dos candidatos e dos partidos na escolha eleitoral em nível local? O fato de “conhecer” e ter “contato direto” com o candidato, e de criar vínculos com o mesmo substitui outros elementos como ideologia e “reflexividade objetiva”?

Estas são algumas perguntas que pretendemos responder através da pesquisa que fundamentou o presente trabalho, tomando como referência as eleições municipais na cidade de Itajaí, litoral norte de Santa Catarina, em outubro de 2004.

Nosso trabalho está dividido em quatro capítulos. No primeiro capítulo realizamos uma breve análise das teorias explicativas do voto mais comumente utilizadas na literatura internacional, a saber: i) Teoria Sociológica; ii) Teoria Psicológica ou Psicossociológica; iii) Teoria da Escolha Racional. Sem pretender realizar uma profunda revisão analítica e epistemológica dessas teorias, procuramos abordar seus principais pressupostos, seus limites, críticas e potencial explicativo.

No segundo capítulo apresentamos as principais correntes teóricas de explicação do voto existentes na literatura brasileira. Analisando obras de autores

como Singer (2000), Baquero (1985, 1986, 1997), Castro (1994), Silveira (1998), Carreirão (2002) e Reis (1988), nossa tentativa foi de contemplar as diversas abordagens desenvolvidas nos estudos do comportamento eleitoral no Brasil após a reabertura democrática tentando, na medida do possível, apontar as relações e filiações teóricas dessas obras com as teorias internacionais apontadas no capítulo um.

No capítulo três, após uma breve nota metodológica acerca da forma como foram obtidos os dados que servem de base para as análises realizadas, apresentamos as reflexões que nos foram possíveis e que nos pareceram pertinentes acerca do significado e do conteúdo que integram as motivações para as escolhas eleitorais em Itajaí, SC. Longe de pretender esgotar o tema, apontamos algumas modalidades que podem ajudar a compreender o comportamento dos eleitores deste município, assim como imaginamos estar contribuindo para a realização de trabalhos semelhantes que possam vir a realizar-se em outros municípios de características socioculturais e histórico-políticas semelhantes.

Por fim, no quarto e último capítulo apresentamos alguns comentários finais que se fizeram possíveis a partir do exposto anteriormente, no qual tentamos estabelecer algumas relações entre as teorias apresentadas e os dados analisados, bem como apresentamos algumas dificuldades encontradas para a realização da pesquisa e algumas sugestões para trabalhos futuros.

# **Capítulo 1: As Teorias explicativas do comportamento eleitoral**

Nessa breve revisão da bibliografia sobre o comportamento eleitoral, seguiremos a classificação mais utilizada na literatura sobre o tema. Assim, apresentaremos a terminologia e a classificação mais comumente encontradas para a separação – analítica – das diferentes abordagens sobre os fenômenos eleitorais. As abordagens sociológica, psicológica/psicossociológica e da escolha racional são, desse modo, as perspectivas teórico-analíticas que passamos a apresentar.

## ***1.1 A abordagem sociológica***

A perspectiva sociológica pauta-se no princípio macro de análise e toma o contexto social do grupo ao qual o eleitor pertence como categoria fundamental para suas tentativas de explicação do comportamento eleitoral. Adota o pressuposto de que os comportamentos – escolhas – individuais devem ser entendidos a partir do contexto – social – no qual são praticados. A importância dos determinantes socioeconômicos, culturais e da estrutura de classe na formação das clivagens sociais é elemento fortemente enfatizado por essa perspectiva. Como diz Castro (1994), “a idéia é de que fatores histórico-estruturais e culturais globais conformam as características sociais que se expressam através de partidos específicos, com os quais setores do eleitorado se identificam” (p. 29). O pressuposto, enfim, é o de que eleitores em situação social semelhante desenvolvem condutas político-eleitorais similares.

A literatura de orientação sociológica sobre o comportamento eleitoral, de modo geral, aponta para uma ampla variedade de clivagens de natureza macro

social, dentre as quais têm ampla predominância as clivagens socioeconômicas. Ou seja, há uma preponderância das abordagens que enfatizam a situação, o contexto e as condições socioeconômicas como estando entre os elementos de maior importância no processo de segmentação social que fundamenta a estruturação de diferentes tendências de comportamento político e eleitoral.

A preocupação da sociologia política é, portanto, com as condições sociais subjacentes aos fenômenos propriamente políticos: a importância do contexto. O coletivo social é quem exprime a dinâmica política, não o indivíduo isoladamente. O ato individual – voto – não é socialmente isolado. Deve ser entendido a partir da noção de interação social. É através das interações sociais que se formam as opiniões individuais, as quais, por sua vez, permitem as tomadas de decisões de forma isolada.

Portanto,

para conectar os comportamentos isolados com o resultado agregado que estes produziram, temos que olhar para o sistema de interação entre indivíduos e seus ambientes, isto é, entre indivíduos e outros indivíduos e/ou entre indivíduos e a coletividade (SCHELLING apud FIGUEIREDO, 1991:45).

Assim, é a totalidade das relações sociais que está entre as características individuais e os atos sociais, de modo que não é suficiente reduzir a explicação às características pessoais. Os macro comportamentos não podem ser explicados pelo somatório dos micro motivos.

Com isso, a corrente sociológica preocupa-se em compreender os mecanismos através dos quais são construídas as identidades entre determinados grupos socialmente definidos e partidos e/ou ideologias políticas específicas. Os partidos, através de seus discursos, procuram angariar votos. Buscam uma forma de criar e manter identidade com grupos sociais, comunidades, segmentos, classes sociais. Ou ainda com grupos mais genéricos como “pobres”, “povo”, negros, mulheres, católicos, evangélicos, aposentados, etc. Essa identidade partidária, segundo a perspectiva sociológica, se dá sob a forma de um contrato entre eleitores e partidos/candidatos, onde aqueles são representados por estes.

Como vemos, para que haja uma identidade partidária constante, são necessários alguns elementos que nem sempre são encontrados empiricamente nas sociedades. Primeiro é preciso que os grupos sociais específicos se reconheçam como tais, ou seja, tomem consciência de sua própria condição de grupo – “identidade interna” – e da condição de seu grupo no contexto mais amplo da sociedade a qual pertence – “identidade externa”. Em segundo lugar, é necessário que haja partidos ideologicamente identificados com tais grupos específicos, especialmente do ponto de vista dos interesses políticos, e que se afirmem e se apresentem socialmente como tal. Por fim, é preciso que esses grupos sociais identifiquem tais partidos e os reconheçam como seus representantes, criando com eles um “contrato” capaz de estabelecer um vínculo de representação.

Definitivamente, essa não parece ser uma realidade corrente, especialmente na democracia brasileira. Até mesmo as previsões, feitas por alguns estudiosos do comportamento eleitoral no Brasil já na década de 1970, de que a industrialização e a urbanização do país iriam criar as condições necessárias para a formação de bases sociais sólidas e partidos socialmente enraizados, parece longe de se confirmar<sup>3</sup>. Mas isso também foi percebido pelos adeptos dessa teoria.

Cada vez mais, em estudos mais recentemente elaborados com esta perspectiva, elementos de cunho cultural têm se constituído como importantes categorias analíticas para o entendimento do comportamento do eleitorado brasileiro. Índices como os de escolaridade, identidade religiosa, valores associados à tradição, dentre outras clivagens sociais, constituem importantes variáveis em estudos dessa natureza, embora não suficientes, o que tem apontado para o fato de que, cada vez mais, os cientistas sociais têm compreendido a necessidade de considerar o maior número possível de variáveis (SANTOS, 1981) nas tentativas de entendimento do comportamento humano coletivo, dentro do qual se inclui, claro, o comportamento eleitoral.

---

<sup>3</sup> A exceção ficando, salvo algumas observações, ao Partido dos Trabalhadores – PT – que, ao menos até recentemente, tem historicamente apresentado significativa consistência ideológica e identidade social com os trabalhadores, de modo que se poderia afirmar, de modo genérico, que o mesmo tem, sob alguns aspectos, uma base identitária social bastante coesa.



## ***1.2 A perspectiva psicológica e/ou psicossociológica***

Ao contrário do que acontece na abordagem sociológica, para a perspectiva psicossociológica, o indivíduo e suas motivações ao nível psicológico é que se constituem na unidade de análise. Seu pressuposto é de que o comportamento eleitoral baseia-se na estrutura de personalidade dos indivíduos e no seu sistema de crenças, os quais são relativamente independentes do contexto social em que o sujeito vive.

Com intensa e sistemática utilização de dados coletados através de pesquisas empíricas – *surveys* – a corrente psicológica de estudos do comportamento eleitoral foi desenvolvida por um grupo de pesquisadores da Universidade de Michigan, nos Estados Unidos<sup>4</sup>. O modelo analítico desenvolvido por esses pesquisadores pautava-se na busca pela causalidade – relacionada ao voto – ao nível psicológico, onde o indivíduo é a unidade de análise e, conforme afirma Figueiredo (1991), a estrutura da personalidade dos indivíduos é composta, juntamente com outros aspectos, pelas atitudes adquiridas por esses mesmos indivíduos.

Para esse modelo, torna-se necessário saber, primeiramente, de que modo os sujeitos concebem sua própria existência social, como são estruturadas, ao nível individual, as opiniões que possibilitam – e determinam – as diversas escolhas (decisões), bem como a maneira pela qual eles apreendem a sociedade enquanto estrutura organizada e as relações sociais que nela se dão. As atitudes ligadas ao “mundo político” são parte integrante da psicologia humana e são consolidadas pela socialização política<sup>5</sup>. Assim,

Agindo, reagindo e interagindo social e politicamente, a partir de uma base psicológica formada e com categorias políticas normativas razoavelmente consolidadas, o indivíduo sempre

---

<sup>4</sup> Entre os principais autores dessa perspectiva analítica do comportamento eleitoral destacam-se Angus Campbell e Philipe Converse.

<sup>5</sup> Socialização política aqui entendida, de acordo com Figueiredo (1991), para a perspectiva psicossociológica, como as atitudes políticas formadas e integradas no sistema político por meio de um “sistema de personalidade”, sendo este último uma categoria utilizada no sentido a ela atribuído pelo modelo parsoniano.

articulará da mesma maneira suas respostas a diferentes contextos (FIGUEIREDO, 1991: 21).

Para a perspectiva psicossociológica, a ideologia não constitui necessariamente elemento decisivo determinante do voto para a maioria do eleitorado. São as crenças, sentimentos e laços afetivos, muito mais que os laços ideológicos, que constituem as identificações partidárias – quando essas existem, claro. Nesse sentido, afirma Castro (1994), em comentário sobre esse modelo de análise:

Na verdade, mostrou-se que naqueles países onde a estrutura do sistema partidário tem-se mantido por longos períodos, as preferências partidárias estáveis formam-se no processo de socialização, a partir de tradições familiares sem nenhuma ou apenas com uma remota relação com as opiniões e avaliações sobre temas públicos expressos pelo eleitorado (p. 35).

Os estímulos políticos recebidos dentro do grupo social, bem como a importância dada aos mesmos por esse mesmo grupo, fazem com que o interesse por questões de natureza política varie também entre indivíduos que pertencem a grupos sociais diferentes. Contudo, esses estímulos, assim como as atitudes políticas, não são determinados pela situação (origem) econômica nem pela “classe social”. Esses são construídos no ambiente social do indivíduo, desde o início de sua formação através da família. Desse modo, a importância dada por cada eleitor à política influencia e é influenciada por sua socialização política, a qual é processada no sistema de atitudes e compartilhada por indivíduos com características demográficas semelhantes (FIGUEIREDO, 1991).

Os avanços dos estudos iniciados pelo grupo de Michigan levaram à incorporação de novos elementos na análise, contribuindo para a criação de uma abordagem mais atenta às questões de cunho sociológico relacionadas ao comportamento eleitoral. A partir desses estudos, adquiriu importância a perspectiva que trabalha com o pressuposto de que

(...) os contextos estruturais em que os indivíduos se inserem e as interações que se dão dentro do grupo de que fazem parte explicam, em parte, seu comportamento como eleitor. Entretanto, tratam de mostrar que a influência de fatores

sociais seria mais remota, não daria conta de flutuações de curto prazo das decisões de voto (CASTRO, 1994: 33).

Propõem, então, uma análise ainda baseada nas atitudes. O comportamento eleitoral, a escolha partidária e o comportamento político devem ser entendidos a partir das motivações e percepções dos indivíduos. Mas essas variáveis de atitudes seriam fatores intervenientes entre os fatores sociais propriamente ditos (raça, situação socioeconômica, religião, escolaridade, profissão, etc.) e o comportamento eleitoral. De um lado as lealdades partidárias e as imagens formadas dos partidos e candidatos em um contexto socialmente determinado e, de outro, as avaliações e atitudes relativas aos partidos e candidatos – ao nível individual – são os elementos aos quais a corrente psicossociológica dá mais importância em seus estudos do comportamento eleitoral.

Como se vê, embora admita a influência dos fatores histórico-contextuais como modalidades a serem consideradas, para a corrente psicossociológica ainda importa a dimensão subjetiva envolvida no processo de escolha eleitoral. O indivíduo continua sendo a unidade de análise, porém agora entendido a partir do contexto no qual se constitui como tal. As atitudes políticas fazem parte da psicologia humana e, portanto, também estão sujeitas às mesmas influências de experiência de vida, de formação, de cultura, etc. É por isso que indivíduos com a mesma formação social e atitudes semelhantes tendem a ter comportamentos sociais também semelhantes, pois possuem uma estrutura de personalidade e de atitudes formada sob condições sócio-históricas e culturais similares.

Contudo, é preciso ressaltar que a teoria psicossociológica reconhece o aspecto relativo das prerrogativas mencionadas, de modo que não pretende assumir como pressuposto uma total determinação dos contextos estruturais sobre o comportamento e as atitudes dos indivíduos. O convívio familiar, as experiências pessoais, os grupos de amizade também exercem influência sobre a forma como os sujeitos entendem, explicam e se situam diante do mundo à sua volta, de modo que as estruturas da sociedade na qual estão inclusos, embora tenha amplo poder de

configuração dos comportamentos, não irá, necessariamente, padronizar as atitudes e idéias de todos os cidadãos. É, pois, esse aspecto que marca um dos principais pontos de discordância da teoria psicossociológica com relação à abordagem sociológica dos estudos do comportamento eleitoral.

Assim, é o entendimento da formação subjetiva do indivíduo dentro do seu “meio social” que possibilitará tomar a convergência de atitudes frente ao mundo como elemento básico para a compreensão da totalidade do fenômeno social, pois, tendo sido formadas dentro de um contexto específico, é que as atitudes, opiniões e idéias acerca do mundo – e da política – apresentam relativa estabilidade no tempo, tendendo, inclusive, ao inter-relacionamento com outras que apresentem consistência lógica com as anteriores<sup>6</sup>.

Desse modo, o que importa realmente, para o entendimento das escolhas eleitorais dos indivíduos, é o conteúdo cognitivo e o referencial de mundo (e de política) que o sujeito constrói ao longo da vida. E esses, por sua vez, podem ser influenciados pelo contexto e pelas condições sociais em que vivem, muito embora não sejam, necessariamente, determinados por eles (Castro, 1994).

Foi a partir dos estudos da corrente psicossociológica, segundo Castro (idem), que se formulou o modelo da “centralidade política”. Segundo este modelo, quanto mais central for a posição de um indivíduo na estrutura social à qual pertence ou dentro de um grupo específico, mais informações o mesmo terá sobre questões políticas, e maiores serão seu interesse e seu envolvimento no processo político. São aqueles indivíduos que estão em posição central os que apresentam os maiores índices em todos os indicadores de participação político-eleitoral, além de serem também nestes que se pode observar um maior grau de “estruturação ideológica”,

---

<sup>6</sup> Muito embora, é preciso lembrar, autores que recentemente têm trabalhado com esta perspectiva têm chamado a atenção para a importância de não nos determos em um possível modelo pragmático oriundo dessa linha argumentativa. Ou seja, sugerem que é preciso contextualizar a afirmação dos primeiros estudos do grupo de Michigan, os quais afirmavam que, em termos práticos, se um indivíduo for contrário a uma política X, será também contrário a outras políticas semelhantes e tenderá a não votar em candidatos que as defendam, o que permitiria, portanto, certa previsibilidade acerca do comportamento eleitoral (FIGUEIREDO, 1991).

manifestada na relação que fazem entre opiniões sobre as diversas questões em discussão na arena política e na escolha eleitoral.

Um dos problemas encontrados pela perspectiva psicossociológica, porém, é falta que a maioria dos eleitores apresenta de um sistema de crenças estruturado, ou seja, os elementos que compõe o complexo de crenças, atitudes e valores dos eleitores dificilmente apresenta uma estrutura razoavelmente coerente e lógica, de modo que o que parece realmente prevalecer é a coexistência dessas categorias apresentando conteúdos frequentemente contraditórios ou pouco organizados, especialmente do ponto de vista cognitivo.

Além disso, existe ainda um problema relacionado ao pressuposto da identificação partidária, sugerido a partir da identificação da personalidade construída pelo indivíduo com um partido específico. Isso porque os estudos que trataram da identificação partidária fundamentam-se em estruturas cognitivas individuais (dos eleitores) com concepções ideológicas bastante inconsistentes. Em outros termos, as opiniões e avaliações sustentadas pelos eleitores e suas respectivas identificações partidárias apresentavam relações irrelevantes. Ou seja, às identidades partidárias não correspondiam opiniões coerentes sobre os diversos *issues* que diferenciam as propostas dos partidos e candidatos, mostrando baixo grau de estruturação ideológica entre os eleitores – especialmente entre aqueles de baixo *status* socioeconômico.

Em resumo, constata-se que a maioria do eleitorado é “estonteantemente” errática na conceituação do mundo político: são comuns sistemas idiossincráticos, onde convivem atitudes com sinais trocados. Essas evidências empíricas são irrefutáveis no nível macro e isso ataca o coração da teoria: se o comportamento futuro dos indivíduos é função de seus sistemas de atitudes frente ao mundo e esses sistemas não são coerentemente estruturados, então não é possível prever nada (FIGUEIREDO, 1991: 24).

Para tentar resolver esses problemas a corrente psicossociológica, além de propor a noção de centralidade acima descrita, irá desenvolver a noção de “grau de motivação para a política”. Não basta, pois, saber como supostamente o eleitor agiria

em determinadas condições de escolha política a partir de sua estrutura cognitiva. É preciso saber o quanto ele está motivado para refletir, se envolver e, efetivamente, agir politicamente. Afinal, o indivíduo pode ter todas as condições, mas não estar motivado a buscar e “digerir” as informações disponíveis para, posteriormente, fazer suas escolhas.

Além do grau de centralidade do indivíduo no grupo social ao qual pertence, importa o grau de centralidade que os temas – *issues*<sup>7</sup> – da agenda política têm na vida desse mesmo indivíduo. Portanto, “a solução está em conjugar os níveis de estruturação dos sistemas de crenças com o grau de motivação para a política que os indivíduos desenvolvem” (FIGUEIREDO, 1991: 25).

Outros estudos vinculados a essa corrente propuseram que as preferências partidárias não se dão através das opiniões e avaliações políticas, mas através do processo de socialização, especialmente a partir de tradições familiares<sup>8</sup>. Ou seja, o eleitor “escolhe” primeiro o partido para depois buscar uma justificção para tal escolha, comumente atribuindo ao partido escolhido o papel de defensor dos seus interesses. A identidade partidária parece ser menos definida por uma identificação de caráter polico-ideológica do que em função de relações de amizade e parentesco e valores tradicionais próprias do grupo – contexto – social ao qual cada indivíduo pertence<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> *Issues* seriam “questões a propósito das quais candidatos e eleitores assumem posições [...] podem referir-se a acontecimentos relevantes para a sociedade como guerras e catástrofes, escândalos políticos, morais e éticos, problemas sociais, problemas ambientais, conflitos raciais, questões conjunturalmente relevantes no debate político, projetos, planos e medidas governamentais, avaliações dos desempenhos dos candidatos e partidos no governo, avaliações das qualidades dos serviços públicos, entre outros” (SILVEIRA, 1998: 56).

<sup>8</sup> Embora, claro, essa discussão, se levada ao seu limite lógico, pode chegar à conclusão de que é essa socialização que determina suas opiniões e avaliações políticas. Contudo, sem pretender entrar aqui em raciocínio cíclico, apenas pretendemos ressaltar a importância que a história de convivência familiar e sócio-moral dos indivíduos é fator de grande importância no processo de configuração das preferências partidárias.

<sup>9</sup> Essa consideração é de extrema importância para o presente trabalho, haja vista que nosso foco de análise é justamente o entendimento do significado do voto – comportamento eleitoral – em nível local, onde parece ser ainda mais presente o caráter moral, tradicional, relacional da construção das, não muito incomuns, “lealdades partidárias”.

Assim, não é difícil encontrarmos eleitores que afirmam possuir identidade com determinado partido, mas que ao construírem um discurso argumentativo para “explicar” tal identidade, não conseguem fazê-lo sem reproduzir motivos que refletem muito mais tradições familiares e vínculos históricos com determinado grupo político que escolhas individualmente feitas sob condição de avaliação pessoal e opção ideológica.

Embora, como se pode notar, os avanços da corrente psicossociológica não tenham conseguido eliminar todos os problemas explicativos de seu arcabouço teórico-analítico, é inegável a importância de suas contribuições para os estudos do comportamento eleitoral.

### ***1.3 A Teoria da Escolha Racional***

Tendo (segundo CASTRO, 1994) como trabalho pioneiro a obra de Anthony Downs<sup>10</sup>, a Teoria da Escolha Racional tem como ponto de partida a perspectiva do individualismo metodológico. Seu argumento central é o de que o comportamento político (e eleitoral) pode ser explicado tomando os indivíduos como atores racionais que agem tendo como objetivo primeiro a maximização dos ganhos com a minimização dos custos, tal qual um consumidor no âmbito do mercado – noção do *homo economicus* da teoria econômica.

Nessa teoria, a lógica do voto baseia-se na premissa de que diante de diversas alternativas, um ator racional sempre escolhe aquela que lhe traz a maior utilidade, ou seja, age em seu próprio benefício. Esses benefícios esperados, que os eleitores

---

<sup>10</sup> A teoria “downsiana” do comportamento eleitoral concebe a decisão do voto como produto de uma ação racional individual orientada por cálculos de interesse que levam o eleitor a se comportar, em relação ao voto, como um consumidor de mercado. Assim afirma Mieres (1994): “Desde esta perspectiva, la dinámica democrática es, en esencia, un proceso de selección y sustitución de gobernantes. La mecánica consiste en la competencia que se desarrolla entre las dirigencias de los diferentes partidos por la obtención del voto de la ciudadanía. Por lo tanto, las dirigencias partidarias constituyen la ‘oferta’ (en este caso política) y los electores expresan el ‘público’ que demanda

consideram para tomar suas decisões, resultam da *utilidade* obtida através da atividade governamental. Pressupõe-se, portanto, que os cidadãos – eleitores – agem racionalmente nas questões de ordem política, cada um votando no partido/candidato que acredita ser o que lhe proporcionará mais benefícios do que qualquer outro.

Muitos estudos, principalmente os primeiros realizados por essa abordagem, tomaram como determinante fundamental do comportamento eleitoral, a preferência partidária do eleitor, afirmando que esta é, por sua vez, ideologicamente orientada. Supõe-se, nesses trabalhos, que eleitores, assim como os partidos, distribuem-se numa escala que indica, por exemplo, a posição entre direita e esquerda ou entre liberal e conservador. Com isso, através de uma análise da distância entre a posição que atribui a si mesmo e a posição que atribui aos partidos e candidatos, votam, naquele(s) que estiver(em) mais próximo(s) de sua própria posição.

Como demonstra Figueiredo (1991), a ideologia aparece assim como um fator simplificador do universo político. Contribuindo para a caracterização dos partidos, ela serve a estes como “meio de se obter votos”, ao passo que, para os eleitores, é um recurso que diminui os custos no processo de busca de informações sobre os partidos e candidatos.

Contudo, para que seja possível a sustentação de suas prerrogativas fundamentais, a teoria da escolha racional precisa tomar como ponto de partida uma concepção de eleitor cuja sustentação – teórica e empírica – é um de seus maiores problemas. O cálculo que fundamenta a escolha racional pressupõe:

Um eleitor com opiniões formadas sobre as diversas questões políticas em debate, com informações sobre as propostas dos partidos e candidatos, um eleitor enfim, interessado e envolvido na política e em condições de escolher e se identificar com o partido que representa mais de perto suas próprias opiniões (FIGUEIREDO, 1991: 38)<sup>11</sup>.

---

ciertos 'bienes' (políticas públicas e bien estar social). La analogía con el mercado económico es, hasta este punto, casi perfecta (p. 14).

<sup>11</sup> Embora esta seja uma perspectiva mais claramente adotada pelos autores que fazem uma defesa mais radical da “essência” da Teoria da Escolha Racional, havendo outras abordagens que adotam critérios bem menos “exigentes” para o eleitor, é importante ressaltá-la como modelo de eleitor racional.



Em lugar do *homu psicologicus* e/ou do *homu sociologicus*, a teoria da escolha racional irá formular sua concepção do *homu politicus* a partir da noção do *homu economicus* oriunda da teoria econômica clássica/neoclássica, assumindo o pressuposto de que os eleitores são atores sociais racionais, que calculam os custos e benefícios possíveis do voto nos diversos candidatos, escolhendo aquele que, na sua avaliação, lhe pode proporcionar o maior benefício.

Sem pretender fazer uma distinção entre duas “correntes” internas à Teoria da Escolha Racional, acreditamos, contudo, que é importante mencionar que existem diferenças entre grupos de autores no âmbito “interno” dessa perspectiva. Poderíamos, sem querer esgotar o tema, mencionar um grupo que realiza uma análise mais “econômica” do voto, seguindo o modelo “clássico” downsiano, e um grupo que trabalha com uma abordagem de preocupação mais “economicista” ou “satisfacionista”, formulada um pouco mais tarde com a incorporação de algumas críticas dirigidas ao primeiro grupo.

Para o modelo econômico – downsiano – o pressuposto é o de um comportamento maximizante do eleitor, o qual faria suas escolhas eleitorais tendo em vista optar pela alternativa que produza o melhor resultado. Por outro lado, o modelo economicista/satisfacionista adota uma perspectiva mais abrangente, segundo a qual o eleitor escolhe a alternativa que garanta minimamente a satisfação de seus interesses. Em outras palavras: “para o modelo downsiano o comportamento humano é maximizante; para o modelo economicista o comportamento humano é satisfacionista” (FIGUEIREDO, 1991: 72).

Nesta perspectiva, Silveira (1998), referindo-se a “teoria da escolha racional” em revisão da bibliografia realizada em sua obra, afirma:

(...) o ator seleciona partidos e candidatos em ordem de preferência e opta por aquela alternativa que avalia possibilitar a obtenção de maiores ganhos. O eleitor, analogamente ao consumidor, decide votar em um partido ou candidato de acordo com as ofertas políticas. (...) A escolha é condicionada pelos elementos que constituem a situação decisória: as alternativas existentes, os objetivos desejados e as possibilidades eleitorais. (...) Assim, o eleitor ordena, conforme seus interesses, as alternativas políticas em graus de

desejabilidade e escolhe aquela que, de acordo com as probabilidades eleitorais, oferecer as melhores condições para maximizar os ganhos da sua ação política (SILVEIRA, 1998: 58).

Segundo Castro (1994), uma das principais estratégias da teoria da escolha racional para sair do "impasse" oriundo dos problemas causados pelo suposto alto grau de exigência feito aos eleitores<sup>12</sup>, foi ampliar o conceito de racionalidade, admitindo como escolhas racionalmente orientadas, além daquelas rigorosamente coerentes com os supostos da identidade ideológica adotados pela ciência política, também aquelas cuja decisão é tomada sob uma condição de "racionalidade limitada", admitindo a noção de diferentes "níveis de racionalidade". Ou seja, seriam também racionais as escolhas feitas a partir do contexto e do conteúdo culturais do eleitor, desde que refletissem uma situação de coerência com seu próprio arcabouço informativo, cognitivo e reflexivo. Importam menos as informações, do que como elas são articuladas.

Mais que isso. Nem mesmo se trata, necessariamente, de levar em conta esses outros elementos. Podem, inclusive, ser admitidas escolhas de ordem econômica. A questão é que, para os autores que trabalham com esta perspectiva, baixo grau de informação utilizado no processo de escolha não deve ser reduzido à escolha irracional. Ou seja, mesmo sem serem muito informados e nem tendo "coerência ideológica" ou "saber político", os eleitores não votam, por isso, de modo irracional se por "irracional" estiver subentendido um voto emocional ou algo do gênero.

Enfim, não possuir alto grau de informação, identificação ideológico-partidária e sofisticação política não é, necessariamente, o oposto de ser um eleitor racional. O

---

<sup>12</sup> Segundo Silveira (1996), por exemplo, o principal problema da Teoria da Escolha Racional, qual seja, o da não comprovação empírica de suas prerrogativas, tem permanecido como elemento a ser superado por essa abordagem, a despeito de inúmeras tentativas de resolvê-lo, feita por diversos autores. O eleitor racional, quando analisados resultados de inúmeras eleições, parece mais plausível como Tipo Ideal do que como agente socialmente identificável. Vários estudos, especialmente oriundos da corrente psicossociológica, têm se preocupado em demonstrar que a escolha racional é insuficiente para a explicação do fenômeno eleitoral. O eleitor racional aos moldes do *homo economicus* parece constituir um referencial de exigência "fora do alcance" do eleitor real.

fato de não realizar cálculos racionais aprimorados não faz do eleitor um agente irracional, assim como não o torna irracional o fato de ter suas escolhas eleitorais influenciadas por questões de ordem moral, emocional e/ou intuitiva. Até por que, como trataremos adiante, um eleitor pode não votar em um candidato por que acredita que ele não é honesto, embora não tenha elementos objetivos/racionais para isso, sem deixar de ser coerente com o pressuposto adotado, qual seja, a intuição acerca da legitimidade moral do candidato<sup>13</sup>.

O problema com essa estratégia, conforme aponta Silveira (1998), é correr o risco de levar o raciocínio ao seu limite lógico e, com isso, considerar racional toda escolha humana, visto que, sendo uma escolha, ela foi certamente feita em alternativa a outra que o sujeito julgava menos importante para atingir seus objetivos.

Assim, as escolhas eleitorais se dividiriam entre as racionais e as feitas sob condição de insanidade, afinal, qualquer comportamento que o eleitor escolher "deve maximizar sua utilidade percebida" (CASTRO, 1994: 39), pois do contrário ele teria escolhido de maneira distinta. Desse modo, se for tomado como referência um conceito mais restrito e "exigente" de comportamento racional, corre-se o risco de cair em uma situação contraditória: se for considerado que a aquisição de informações tem custos, muitas vezes bastante significativos, pode-se julgar como racional uma escolha não informada, haja vista que o custo pela obtenção de informações pode estar além da disponibilidade do eleitor em se informar. Ora, expandindo o conceito de racionalidade, a teoria da escolha racional corre o risco de acabar por explicar tudo sem, na realidade, explicar coisa alguma (SILVEIRA, 1998).

Ademais, além dos problemas lógicos apontados, há ainda o fato de que, empiricamente, um baixíssimo número de eleitores faz suas escolhas eleitorais

---

<sup>13</sup> O que esta perspectiva tenta demonstrar é que, se o eleitor considera um candidato pouco honesto e deixa de votar nele por isso, ele está sendo coerente com seu próprio modelo de compreender e explicar o mundo político, mesmo que a conclusão acerca da suposta desonestidade do referido candidato tenha sido construída a partir de elementos mais intuitivos que precisamente racionais. Ou seja, o que passa a importar é a forma pela qual as informações e os pressupostos são processados e se há ou não coerência nas atitudes decorrentes, não a base sobre a qual esses elementos tem origem.

levando em conta as “exigências mínimas” do cálculo racional, devido especialmente ao seu baixo grau de “sofisticação política”<sup>14</sup>.

É necessário que nos detenhamos um pouco mais nesse ponto. Ao contrário do que se pode pensar, a Teoria da Escolha Racional não é um modelo absolutamente oposto, por exemplo, à perspectiva sociológica. Ou seja, ela não nega a importância do contexto na determinação das escolhas político-eleitorais. Pelo contrário, admite que o contexto dentro do qual as escolhas são feitas é fator determinante para as referidas escolhas. Contudo, ao contrário da perspectiva psicossociológica, não pressupõe que haja um processo de automação do comportamento político-eleitoral determinado pelas condições sócio-históricas e culturais de cada grupo social. A própria noção de racionalidade deve ser entendida como um elemento histórico, que interage e possui relação de influência recíproca com o contexto sócio-cultural. Contudo, o que a Teoria da Escolha Racional não apregoa é a idéia de que esse contexto possua determinação total e unilateral sobre como os indivíduos fazem suas escolhas (racionais). Mesmo em um contexto de pouca informação e sofisticação política é possível, segundo os defensores da Teoria da Escolha Racional, um comportamento dotado de racionalidade ou, ao menos, não irracional.

Contudo alguns críticos dessa perspectiva acham que essa “flexibilização” da concepção de racionalidade acaba por comprometer a teoria como um todo. Silveira (1998), por exemplo, afirma que se trata de um processo de “contextualização da racionalidade”, que não resolve o dilema central da Teoria da Escolha Racional. Não adianta, nos diz este autor, contextualizar o cálculo racional tentando entendê-lo a partir do referencial do indivíduo que o executa. Não adianta, por exemplo, admitir como racional o eleitor que votou no mesmo partido que identifica como o melhor representante de seus interesses. Ele pode muito bem ter construído sua identidade com esse partido pela tradição familiar ou por identificação personalista com um

---

<sup>14</sup> Referência ao aspecto conceitual do termo “sofisticação política” encontra-se na obra de Castro (1994). No presente trabalho, o aspecto conceptual do termo será tratado em item específico, a ser apresentado mais adiante, no item 2.3.

político específico, por exemplo, e dizer, *a posteriori*, que esse partido é seu representante para justificar sua escolha.

Como ressalta Silveira (1998), parece haver aí um problema, qual seja, o fato de que apenas a coerência, por mais contextualizada que seja, entre a caracterização feita pelo eleitor do candidato como defensor dos seus interesses e o respectivo voto nesse candidato, pode perfeitamente ter sido feita depois da escolha, não lhe servindo como base.

Enfim, o eleitor pode muito bem ter escolhido o candidato por uma série de motivos não racionais (valores, emoção, simpatia, imagem) e racionalizar seus motivos depois, para justificar seu voto quando perguntado sobre ele. Ou ainda, o eleitor pode até identificar um candidato como “defensor dos pobres” mas votar nele por outros motivos, extra-racionais, que julga ainda mais importante (questões morais, por exemplo).

Além disso, há ainda o problema da “desfiguração” do conceito de racionalidade, associado ao fato, já mencionado acima, de que expandir o potencial de abrangência da “racionalidade” para todas as modalidades do comportamento humano é esvaziar seu potencial analítico, acabando por não explicar nada na tentativa de explicar tudo (SILVEIRA, 1998).

Ainda dentro dessa perspectiva racional de análise do voto, Figueiredo (1991), após uma profunda revisão da literatura sobre o tema, admite uma espécie de “relativização” do conceito de racionalidade, aceitando como “racionais” aqueles comportamentos influenciados por questões de caráter psicológico (subjetivo) e cultural – “racionalidade adaptativa” – para tomá-lo como fundamental categoria explicativa do voto, muito embora não compartilhe da idéia de uma “combinação de teorias” (idem, pág. 119 e seguintes). Postula que a Teoria da Escolha Racional é suficiente para explicar o voto e, portanto, qualquer outra forma de fazê-lo não tem como se sustentar. O autor afirma ainda ser possível explicar o voto apenas considerando-o a partir de motivações individuais essencialmente econômicas ou economicistas associadas às condições contextuais da disputa eleitoral.

Contudo, as afirmações que faz não são devidamente sustentadas com dados empíricos, ficando no nível da articulação lógica de conceitos e elementos analíticos, fazendo de seu modelo de eleitor muito mais um “Tipo Ideal” aos moldes weberianos do que um ator político real.

É preciso, segundo Silveira (1998), tomar cuidado para não desfigurar o conceito de racionalidade desenhando um estranho eleitor que mesmo não sendo capaz de indicar, de maneira correta, o significado dos problemas em pauta no debate político e das posições tomadas pelos diversos partidos, e mesmo não sabendo estruturar logicamente opiniões e posições políticas nem orientar logicamente suas decisões, ainda assim é racional.

Afinal, uma decisão lógico-racional implica a articulação de informações de maneira lógico-racional. Portanto, não pode ser racional o final de um processo que não se inicia racionalmente (por exemplo, com o impulso emotivo de simpatia por um determinado candidato), pois uma decisão racional implica em um processo racional, sob o risco de sermos tentados a embutir racionalidade *a posteriori* em fenômenos de conteúdo emotivo, moral, ético, psicológico, tradicional, de valores, etc.

De todo modo, assim como as perspectivas sociológica e psicossociológica, a Teoria da Escolha Racional tem sido reformulada e ampliada, especialmente a partir das críticas a ela dirigidas e em função de novas pesquisas realizadas em períodos recentes. Dentre essas pesquisas incluem-se, inclusive, algumas tentativas de conciliar elementos da Teoria da Escolha Racional com reflexões oriundas do arcabouço teórico das perspectivas anteriormente citadas. A perspectiva da avaliação de desempenho<sup>15</sup>, por exemplo, embora não se furte à tentativa de atribuir certa racionalidade e reflexão objetiva às escolhas eleitorais, não deixa de considerar elementos ligados aos valores e à moralidade, como a honestidade, como fatores de grande importância na determinação do comportamento dos eleitores.

---

<sup>15</sup> Esta abordagem será analisada no capítulo 2 do presente trabalho.

## Capítulo 2: As teorias explicativas do voto no Brasil

Cada uma das perspectivas teóricas de análise descritas anteriormente teve um papel importante em determinado tempo e espaço. No Brasil, no entanto, as perspectivas sociológica e psicossociológica mostraram-se mais relevantes, principalmente nos primeiros estudos sobre o tema produzidos no país. Primeiramente, trabalhos como os de Soares (1973), seguindo as diretrizes da corrente sociológica, utilizaram-se da perspectiva macro de análise, enfatizando que o contexto social dos diferentes grupos de eleitores influenciava o seu comportamento eleitoral. Com essa premissa, desenvolveram estudos tentando demonstrar uma relação entre a situação socioeconômica dos indivíduos e suas opções partidárias.

Mais tarde constatou-se que tal relação não era assim tão importante como determinante do comportamento eleitoral e das identidades partidárias, de modo que abriu-se espaço para o desenvolvimento de estudos que levavam em consideração elementos da perspectiva psicossociológica (REIS, 1978)<sup>16</sup>.

Entre os defensores da teoria da escolha racional, o autor brasileiro que merece mais destaque é, no nosso entendimento, Figueiredo (1991).

Contudo, é extremamente difícil categorizar os autores que trabalham com o comportamento eleitoral no Brasil. Por isso, tentaremos aqui tratar das teses mais recentes produzidas no país (de modo geral depois da reabertura democrática e, em especial, a partir das eleições presidenciais de 1989) apontando, na medida do possível, as filiações teóricas de cada uma delas.

---

<sup>16</sup> Segundo Castro (1994).

## **2.1 O "eleitor tipo Flamengo"**

Esta categoria, utilizada como elemento de interpretação do eleitorado brasileiro, foi cunhada por Fábio Wanderley Reis (1988). Nas análises deste autor, a discussão teórica em relação à abordagem da escolha racional é realizada a partir de seu ponto de referência normativo. Além de refletir sobre as relações entre racionalidade e identidade no campo da política, parte da proposição de que "a racionalidade inevitavelmente supõe a intencionalidade" (idem).

Essa identidade é algo que pode ser construído por um componente cognitivo que atua no processamento das informações quando há estímulos ao comportamento dos indivíduos. Os atos praticados pelos indivíduos enquanto sujeitos autônomos são processados a partir das informações disponíveis a esse mesmo indivíduo. É, pois, desta maneira que Reis irá apontar para diversos graus – níveis – de racionalidade, os quais serão, desse modo, variáveis de acordo com o volume de informações processadas.

Reis (idem) se opõe à divisão dicotômica – e à disputa – entre as abordagens sociológicas e da Teoria da Escolha Racional, criticando-a pela suposta "homogeneidade" de seus campos de atuação. Afirma que a referência a ambos os campos é inevitável, em todos os níveis de análise. Assim, a integração – combinação – entre as referidas abordagens é apontada como uma "postura epistemologicamente profícua", visto que:

Os principais ingredientes de uma abordagem "racional" estarão presentes sempre que se admita a característica intencional do comportamento – e estarão presentes, portanto, mesmo em abordagens convencionalmente "sociológicas", cujas proposições seriam impossível fazer sentido, em última análise, na ausência destes ingredientes (REIS, 1988: 30).

Para Reis, também pode ser compreendido como racional aquele comportamento orientado por normas sociais, pois o "autor" pode, por exemplo, apresentar atitude – autônoma – de transgressão das normas (sociais) vigentes. Ora,



é fundamental, portanto, especificar e entender o meio, as categorias de ambiente, em que tais "atores" se movem e agem. Por isso, o autor propõe a superação da dicotomia entre as abordagens sociológicas e da Teoria da Escolha Racional, a qual deve acontecer em função de avanços analíticos em relação às questões que envolvem a *identidade* e a *instrumentalidade* da ação.

Reis propõe que a meta a ser atingida é a de "redefinir a questão mesma da identidade em termos de grupos 'funcionais' com tarefas (políticas) a serem executadas" (REIS, 1988: 32). Ou, dito de outro modo, é preciso "trazer de volta a vontade e a deliberação (...) à própria esfera da definição de identidade" (idem: 32). Tal meta, segundo o autor, deveria ser contemplada através das "identificações partidárias", entendido o partido político como um instrumento de identificação com as entidades políticas.

Com isso, Reis irá apontar para uma ampliação, por exemplo, da perspectiva analítica da escola de Michigan, a qual apontava para direções significativamente diferentes. Segundo o autor, análises de *surveys* têm demonstrado que os partidos políticos são como que "objeto irrefletido de identidades coletivas e pessoais". A incongruência entre as posições dos eleitores e as posições defendidas por seus respectivos partidos de preferência, verificada em pesquisas realizadas no Brasil, parecem corroborar esta última afirmação.

A partir disso, Reis (1991) atribui um caráter cognitivo ao significado da preferência partidária.

Uma vez fixada a simpatia partidária, talvez em função de uma imagem difusa, onde entrariam fatores "espúrios" se considerados do ponto de vista do eleitor estritamente "racional", os eleitores atribuiriam simplesmente aos partidos (...) as posições que sua simpatia ou antipatia lhes dita como corretas ou adequadas (idem: 35).

A identidade partidária, assim entendida como algo que pode ser adquirido ou herdado e que pode ser independente das "bases socioeconômicas", tende a se tornar um fator fundamental no condicionamento da identidade política. Reis (1988, 1991) afirma que, por mais difusas que possam ser as ideologias enquanto "visões

de mundo”, elas podem constituir-se como ingredientes para ideologias políticas de cunho estratégico.

O autor tenta interpretar o comportamento do eleitorado brasileiro com base em um modelo analítico que procura integrar o modelo da centralidade, da perspectiva psicossociológica, com o modelo da consciência de classe, oriundo da perspectiva sociológica. Esta articulação o leva a crer que a “centralidade” da posição social – em geral – não só afeta diretamente a participação política e eleitoral, mas exerce fundamental influência para que o modelo da consciência de classe venha a atuar na realidade social.

Para Reis, são as questões de natureza cognitiva que fomentam os diferentes *graus de centralidade política* (de sensibilidade e envolvimento político). A inserção dos indivíduos na vida política determina o seu grau de “ideologia política”. Para o caso brasileiro, o autor observa que há uma “identidade de uma certa espécie”, expressa pelo eleitor, que contrasta, seja

Com o caso de determinado tipo de eleitor americano que se identifica fortemente com um dos partidos, embora mostrando reduzido grau de sensibilidade e consciência ideológicas, seja com o caso de um suposto eleitor europeu ideologicamente sensível e *issues-oriented*, quer identificado com um partido ou independente (REIS, 1988: 36).

Reis percebe, em sua análise, uma relação entre a posição socioeconômica do eleitor e sua percepção do mundo político. A inserção e a participação dos indivíduos no cenário político são entendidas como que “proporcionais” a sua condição e sua identidade social. Assim, são os segmentos de maior poder aquisitivo que apresentariam um maior grau de consciência de classe em seu comportamento político eleitoral. Por consequência, são esses mesmos grupos que apresentam uma visão mais refinada do universo político, a qual se manifesta através de uma correspondência mais nítida entre sua “visão de mundo” e suas opções eleitorais e/ou partidárias. Nas palavras do autor: “as correlações da preferência partidária ou do comportamento eleitoral com as opiniões dos eleitores estudados só se davam, em alguma medida, nos extratos socioeconômicos mais altos” (idem, 1991: 35).

Por outro lado, tendem a ser mais vulneráveis e heterogêneos os comportamentos eleitorais dos eleitores dos "setores populares". Do mesmo modo, também em menor escala são manifestados os níveis de informação e envolvimento dos eleitores "populares" com a política. O desinteresse dos eleitores pela política é maior entre os eleitores com baixo nível educacional.

De maneira não surpreendente, a maioria avassaladora dos que se incluem nessa fração do eleitorado se mostram desinformados e indiferentes com relação aos grandes temas do debate político-institucional da atualidade brasileira (REIS, 1988: 35).

Até mesmo as questões que apresentam impacto direto na vida cotidiana dos indivíduos são vítimas do distanciamento do eleitor brasileiro do cenário político.

É esse "eleitorado popular" que Reis irá chamar de "eleitor tipo flamengo", cuja percepção não se integra, senão precariamente, nos diversos aspectos – dimensões – do universo político. Votar, diz o autor, acaba sendo, para esse eleitor, como "torcer" para um time de futebol.

No caso do eleitor tipo "flamengo" estamos no nível de identidades sociais espontâneas e rudimentares que não foram trabalhadas politicamente – algo como uma matéria-prima sociológica apenas superficialmente tocada pelas "instrumentalidades" da vida política (REIS, 1988: 35).

A concepção do autor é de que, ao votar, o eleitor expressa uma identidade, a qual corresponde ao seu grau de informação e de envolvimento político e varia de acordo com o seu "grau de sofisticação política". Sua análise enfatiza a necessidade de uma tentativa de entendimento do comportamento dos eleitores por meio de uma *identidade* que se expressa na escolha eleitoral. De qualquer modo, e em qualquer âmbito, a identidade está sempre em jogo.

Ela está em jogo na síndrome do Flamengo, em que os "pobres" são contrapostos aos "ricos" e que fornece o terreno para a política populista, da mesma forma que está em jogo na "identificação" herdada com Democratas ou Republicanos, nos Estados Unidos, ou na "identificação" *issues-oriented* do trabalhador europeu com este ou aquele partido socialista (REIS, 1988: 37).

Sumariamente, para Reis (1988, 1991), a coerência a ser observada no comportamento dos eleitores deve ser referida às percepções e informações dos próprios eleitores. A racionalidade dos eleitores é processada de acordo com o “contexto” da *identidade* popular. Portanto,

Não há por que tratar como “irracional” o desinformado eleitor popular brasileiro (...) mas é crucial dar-mos conta de que o fator de coerência e racionalidade em seu comportamento político-eleitoral é exatamente o sentido difuso e cognitivamente precário de uma *identidade* popular (idem: 36).

Ora, o eleitor aparece, assim, como um sujeito que age de modo “racional”. Contudo, trata-se de uma racionalidade que precisa ser entendida a partir do seu contexto, numa perspectiva muito próxima, analiticamente, daquela apregoada pela abordagem psicossociológica de interpretação dos fenômenos eleitorais<sup>17</sup>.

## ***2.2 O voto a partir da percepção – imagem – que os eleitores constroem dos candidatos.***

Os autores que trabalham com o modelo interpretativo do “voto por imagem” postulam que a maior parte do eleitorado brasileiro, de modo especial a parcela que possui os menores índices de escolaridade, “conceituação política”, informação e interesse políticos – “sofisticação política” – tende a votar no candidato (mais do que no partido) que conseguir formar e sustentar a imagem – pessoal – carregada de positividade associada ao que esses eleitores julgam como “bom para um político ser/ter”. Essa imagem estaria fortemente associada à noção de “defensor dos interesses do povo”, dos “pobres”, dos “trabalhadores”, da “maioria” (CARREIRÃO,

---

<sup>17</sup> Castro (1994) irá retomar essa perspectiva no desenvolvimento de sua tese sobre o comportamento eleitoral dos brasileiros, a qual será abordada no item 2.3.

2002: 23)<sup>18</sup>, fortemente contraposta à idéia de defensor dos interesses dos “ricos”, dos “poderosos”. Os trabalhos de Singer (1990) e Castro (1994) se destacam dentre aqueles que, na bibliografia brasileira sobre o comportamento eleitoral, tomam esta perspectiva.

Singer (idem) utiliza este modelo na tentativa de demonstrar como Fernando Collor de Mello, nas eleições presidenciais de 1989, conseguiu grande apoio nos estratos mais baixos da sociedade brasileira (baixa renda e escolaridade) nos dois turnos. Afirma que “o inequívoco apelo de Collor para os mais pobres e menos escolarizados foi um traço distintivo do candidato não só em relação a Lula, mas aos outros três principais concorrentes no primeiro turno, Brizola, Covas e Maluf (...)” (SINGER, 1990: 138).

Segundo o autor, Collor teria conseguido criar junto a esses estratos a imagem de “defensor do povo” através de um discurso altamente populista, de conteúdo agressivo e de firmeza na postura anti-marajaísta – sendo o marajá, antes de tudo, o rico, cujos interesses vão contra os interesses do povo, da “maioria”.

Além disso, baseado em estudos realizados na cidade de São Paulo, Singer (idem) defende a tese de que Collor teria conseguido atrair para si a simpatia dos eleitores “órfãos do PMDB”. Mostrando que, tomando como referência a distribuição socioeconômica e espacial dos votos dados a Collor, eles se encaixam fortemente “no vácuo” deixado pelo PMDB – especialmente a partir de 1988, quando este partido perde grande parte de sua força eleitoral. Assim, aqueles eleitores que votavam no PMDB por identificá-lo como sendo o “partido do povo, dos pobres”, teriam transferido essa identidade para Collor, dando-lhe um conteúdo personalista.

Após analisar a distribuição geográfica dos votos dados a Collor nas eleições de 1989 e compará-la com a distribuição dos votos dados ao PMDB em eleições anteriores na cidade de São Paulo, Singer (1990) conclui:

Este conjunto de observações sobre a geografia eleitoral de São Paulo nos faz crer que um grande contingente de eleitores

---

<sup>18</sup> É importante ressaltar que Carreirão (2002) faz referência a essa categoria explicativa do voto em sua análise da bibliografia brasileira sobre o tema. Contudo, deve ficar claro que essa não é uma perspectiva por ele defendida.

da última periferia deve ter passado de uma identificação partidária com o antigo partido da oposição, o PMDB, para uma identificação de tipo personalista com um candidato que em um dado momento apareceu como o diagnosticador mais preciso e como o proponente das soluções mais diretas para os graves problemas sociais e econômicos daqueles votantes (...) Acabava de surgir uma nova oposição, só que desta feita não na forma de uma frente partidária e sim na de um indivíduo chamado Fernando Collor (SINGER, 1990: 149).

Não sendo, pois, possível um voto partidário em Collor, visto que o seu partido, o PRN, foi criado unicamente para viabilizar sua candidatura – não possuindo qualquer base junto ao eleitorado – Singer defende ainda que a eleição de 1989 foi uma importante demonstração de que o Brasil estaria voltando aos tempos do populismo. Esse retorno ao populismo teria se iniciado com a reabertura democrática e a institucionalização do multipartidarismo que dificulta a criação de identidades partidárias sólidas. Isso, associado às características – pessoais – de Collor e à maneira como construiu seu apelo junto à população – confronto com as elites (os “inimigos do povo”), abandono da ligação partidária entre o “líder” e a massa, forte apelo e aceitação entre as camadas mais pobres – representariam, portanto, um regresso ao populismo que, para o autor, representaria uma espécie de “propensão natural” da política brasileira.

Embora os argumentos apresentados por Singer tenham tido bastante importância, especialmente logo após terem sido apresentados, algumas observações podem lhe ser feitas. Se parece inquestionável o fato de que Collor se elegeu devido à grande vantagem que conseguiu junto aos estratos mais baixos da população, o mesmo não se pode dizer sobre as teses dos “órfãos do PMDB” e do retorno ao populismo. Como lembra Carreirão (2002),

Quanto ao fato de que a vitória de Collor se deveu à sua vantagem desproporcional nos estratos mais baixos, seus dados são indiscutíveis. Mas sua tese de que isso representaria a volta do populismo é questionável. Além da proposição de que Collor teria herdado os órfãos do PMDB nos estratos mais baixos da população basear-se em evidências empíricas frágeis (...) outro aspecto problemático é a concepção subjacente de que o populismo é uma espécie de condição natural da política

brasileira, assim como a debilidade da identificação dos eleitores com os partidos políticos (pag. 24).

Em segundo lugar, ao contrário do que Singer (1990) afirma, não foi uma exceção a identidade partidária de eleitores com o MDB/PMDB em tempos passados. No período entre 1945/1964, por exemplo, houve altos índices de identificação partidária, inclusive entre os estratos mais baixos do eleitorado brasileiro (CARREIRÃO, 2002). Além disso, a partir da redemocratização, o surgimento do PT – Partido dos Trabalhadores – e a forma pela qual este se firmou e se enraizou junto ao eleitorado, de modo algum pode ser chamada de populista (como o próprio Singer reconhece).

Ademais, as conclusões de Singer são construídas a partir de uma concepção de eleitor que, devido ao baixo nível educacional, não apresenta interesse pela política, deixando-se enganar facilmente por políticos aventureiros (segundo CARREIRÃO, 2002: 25). Além disso, mostrar que Collor pautou sua campanha em um discurso populista e que a maioria dos eleitores dos estratos mais baixos da população votou nele não é suficiente para afirmar que estes decidiram o voto por causa de tal discurso. Afinal, como já disse Durkheim, o fato de dois fenômenos estarem relacionados não significa que um seja causa do outro. Contudo, como será visto mais adiante, o próprio Singer, em trabalhos posteriores, tem mudado sua postura.

Por sua vez, Castro (1994), também tomando como referência as eleições presidenciais de 1989, irá tirar conclusões distintas utilizando a noção de “imagem dos candidatos”. Segundo a autora, ao contrário do que afirma Singer (1990), a eleição de 1989 não representa uma “volta ao normal” no rumo da política brasileira, mas um evento típico de momentos que envolvem grandes mudanças no sistema partidário, onde o voto popular assume um conteúdo aleatório e ocasional, fortemente influenciado pela posição social e pela “sofisticação política” do eleitor. Mas isso tende a mudar, com o passar do tempo, em direção a um sistema mais

estável e de forte identificação ideológico-partidária como aquele existente antes da mudança.

Assim, para Castro (idem), as eleições de 1989 ocorreram num contexto de baixa identificação partidária, fazendo com que a referência para o voto não fosse a imagem dos partidos – ainda em processo de afirmação e enraizamento – mas a dos candidatos, sem, contudo significar que isso seja uma tendência para ulteriores eventos eleitorais. Portanto, o voto não seria totalmente aleatório, pois teria uma “razão de ser”, qual seja, a imagem de defensor (mais do que os outros) dos interesses da “maioria”, dos “pobres”, do “povo”.

### ***2.3 A “sofisticação política” como determinante do comportamento político-eleitoral***

Na bibliografia brasileira sobre o comportamento eleitoral, um dos trabalhos mais representativos da abordagem que considera a noção de “sofisticação política” como determinante do comportamento dos eleitores é o de Castro (1994). Segundo esta autora, de modo geral, a noção de “sofisticação política” é uma variável de fundamental importância para a compreensão do fenômeno eleitoral. Compreende, segundo análise de Carreirão (2002: 26), as seguintes dimensões:

1) “Saliência”: está relacionada a questões como o interesse e o envolvimento sobre questões de ordem política que os eleitores possuem – ou não –, além do nível de exposição aos meios de comunicação;

2) Conhecimento da política: trata-se de uma variável geralmente medida através de *surveys* e refere-se à opinião dos eleitores sobre questões como o governo, personalidades do mundo político e *issues* referentes a questões políticas específicas. Ou seja, o conhecimento sobre a posição dos partidos e/ou candidatos em relação a *issues* específicos, etc.;



3) Capacidade de conceituação política: refere-se à capacidade – ou falta dela – do eleitor de diferenciar, reconhecer e avaliar os diversos atores envolvidos no processo político, associada à capacidade de articular, de modo organizado, as idéias políticas em termos de reflexões estruturadas de forma abstrata e ideológica.

A partir disso, se torna possível identificar o eleitor politicamente sofisticado, o qual teria plenas condições de fazer suas escolhas políticas de forma coerente e ideologicamente orientada. Nas palavras de Castro (1994):

São eleitores sofisticados aqueles que, provavelmente, votam orientados pelas opiniões sobre *issues* diversos e por preferências partidárias baseadas em visão informada a respeito das propostas de partidos e candidatos, preferências estas que se relacionam com as posições ideológicas que afirmam ter. A massa popular, a grande maioria do eleitorado, é desinformada a respeito das propostas dos partidos, não tem opinião a dar sobre questões importantes no debate político, tende a atribuir a seus candidatos as qualidades que mais lhe agradam e as opiniões que eventualmente tem quanto a *issues* diversos e possui baixo grau de consistência ideológica (pág. 180).

Desse modo, a percepção – ou imagem – que os eleitores irão formar sobre a posição dos candidatos depende do grau de sofisticação política desses mesmos eleitores. É por isso que eleitores com diferentes níveis de sofisticação política identificarão de modo diverso os distintos candidatos, o que explicaria o fato de a escolha de um eleitor com baixa sofisticação política parecer incoerente, errônea e equivocada na avaliação de outro eleitor com nível mais elevado, ou mesmo aos olhos analíticos dos pesquisadores.

Portanto, é preciso ver o eleitor como um ator que age de modo racional, mas sua escolha é condicionada pelo contexto no qual ele está inserido. Todo voto pode ser interpretado como uma ação racional, pois é dotada de intencionalidade, uma ação que busca atingir os objetivos desse ator de modo eficaz. Porém, esses atores – eleitores – agem em situações institucionais e estruturais diversas, as quais

condicionam suas atitudes, opiniões, visão de mundo e seus objetivos, bem como os instrumentos de que eles dispõem para realizá-los<sup>19</sup>.

Portanto, segundo esta perspectiva, a maneira mais produtiva de explicar o comportamento eleitoral não resulta da distinção entre sujeitos racionais, de um lado, e não racionais, de outro, mas em perceber e compreender a racionalidade subjacente a todas as escolhas, levando em consideração os contextos em que elas são feitas. Castro aponta para a necessidade de inclusão de diversas variáveis no mesmo modelo teórico, num exercício de integração das perspectivas sociológica, psicológica e da teoria da escolha racional, em um único exercício analítico.

Uma teoria realmente deve incluir as variáveis macro-sociológicas, que compõem os contextos socioeconômicos e institucionais dos indivíduos, os atributos sócio-demográficos dos eleitores, que definem posições específicas na estrutura social e experiências de relações sociais em grupos diversos e, finalmente, os fatores políticos micro, especialmente a preferência partidária e sofisticação política (CASTRO, 1994: 203).

A proposição geral da tese de Castro é a de que quanto mais central for a posição do indivíduo em termos objetivos, ou seja, quanto mais alta for sua posição na estrutura da sociedade, maior será sua "centralidade subjetiva". Os dados que analisa apresentam significativa relação entre identificação, participação política e escolha eleitoral, o que leva a autora a afirmar que quanto maior o grau de sofisticação política do eleitor, maior será a participação do mesmo no processo eleitoral e, sucessivamente, o voto deverá seguir a identificação com o candidato ou partido de preferência do eleitor. Como o grau de identificação partidária do eleitor brasileiro é baixo, a sofisticação política é, para Castro (1994), uma das variáveis de maior importância para o entendimento do comportamento do eleitorado.

Na mesma linha de Reis (1988, 1991), Castro (idem) afirma que mesmo que o comportamento eleitoral no Brasil seja influenciado pelo grupo social – contexto – do qual o eleitor faz parte, ele não pode, contudo, ser considerado um ato não racional.

---

<sup>19</sup> Note-se os traços, apresentados por essa perspectiva, em comum com o modelo apresentado por Reis (1988, 1991), já descritos no item 2.1.

Na sua proposta, para explicar o voto é preciso compreender a “cadeia causal seqüencial” pelas quais as escolhas individuais são condicionadas. É preciso procurar a racionalidade de cada contexto, pois a “sofisticação política” depende da situação social dos indivíduos<sup>20</sup>.

O importante é enfatizar que para explicar o voto é preciso considerar que os eleitores são, ao mesmo tempo, autônomos e condicionados, em graus variados, dependendo do contexto em que estão inseridos e de sua posição na estrutura social; é preciso considerar que escolhem, decidem como agir, dentro de circunstâncias que limitam, em grau variado, suas alternativas e percepções da realidade política; é necessário levar em conta as preferências dos indivíduos, seus objetivos, mas sem esquecer que essas preferências variam conforme sua situação na sociedade que produz experiências de vida diferentes, graus variados de participação, informação e interesse pelo processo político (CASTRO, 1994: 210).

Carreirão (2002), após utilizar-se do nível de escolaridade como um aproximador da sofisticação política, tornando a categoria operacional do ponto de vista da verificação empírica de sua influência sobre o comportamento político e eleitoral, procura analisar a influência que essa exerce sobre outras variáveis, como a imagem que os eleitores têm dos candidatos, a avaliação que fazem de sua competência e capacidade de governar e de sua honestidade e avaliação dos governos em exercício, por exemplo. Para o autor, interessa saber se a escolaridade tem influência – ou não – e em que medida essa possível influência se dá, enquanto variável independente.

A ênfase, portanto, não será verificar variações na decisão de voto diretamente dependentes do grau de escolaridade (ou “sofisticação política”) do eleitor, mas analisar o relacionamento de cada uma das variáveis acima com o voto, segundo o grau de escolaridade dos eleitores. Interessa saber, por exemplo, se o grau de correlação entre o posicionamento em uma escala esquerda-direita e o voto é o mesmo para eleitores com diferentes graus de escolaridade (Carreirão, 2002: 66).

---

<sup>20</sup> Vale registrar que, para CASTRO (1994), no processo de estruturação da sofisticação política, o grau de escolaridade do eleitor exerce influência de fundamental importância.

Portanto, é cruzando a variável escolaridade com as outras categorias por ele adotadas que Carreirão (idem) irá demonstrar sua importância como elemento central para compreensão do comportamento eleitoral no Brasil. É desse modo que irá analisar as eleições presidenciais de 1989, 1994 e 1998, testando e analisando o peso de cada uma das modalidades explicativas adotadas.

Para as eleições de 1989, Carreirão conclui que a imagem política dos candidatos, especialmente o aspecto ligado à polarização esquerda-direita, foi um fator influenciador de relativa importância na decisão do voto. Contudo, essa influência variou segundo a escolaridade, aumentando entre os eleitores mais escolarizados. O mesmo aconteceu com a avaliação de desempenho do governo Sarney e sua influência sobre o voto, sendo significativamente determinante do voto entre os eleitores de maior escolaridade, não o sendo para os de baixa<sup>21</sup> (Embora, porém, como o próprio autor salienta, nas eleições de 1994 a correlação entre voto e avaliação do governo variou menos do que em 1989, segundo a escolaridade dos eleitores). Porém, a avaliação de desempenho parece ter tido importância maior enquanto definidora das estratégias de campanha dos partidos e candidatos, na medida em que ser de “oposição” ao governo Sarney se tornou condição *sine qua non* para quem pretendesse ser eleito.

Como se vê, a perspectiva da “sofisticação política” assume, portanto, o pressuposto de que os indivíduos fazem suas escolhas políticas – e eleitorais – a partir de uma dimensão subjetivamente delimitada em função da estrutura e das condições objetivas dentro das quais os mesmos são socializados. Ou seja, os eleitores politicamente sofisticados possuem condições de fazer suas escolhas de forma coerente e logicamente estruturadas, mas apenas na medida em que o

---

<sup>21</sup> Aqui vale ressaltar que a escolaridade, segundo Carreirão (2002) não indica apenas, de modo geral, clivagens sócio-econômicas, mas capacidade cognitiva de perceber e interpretar conteúdos de ordem política. Capacidade esta que eleitores de baixa escolaridade muitas vezes não têm. Ademais, principalmente para as eleições de 1989, avaliar mal o governo Sarney não era suficiente para definir, automaticamente, o voto, visto que existiam muitos candidatos e a maioria deles se declarava contra o então governo, de modo que uma má avaliação do governo Sarney até poderia significar um voto “contra o governo”, mas isso não nos diz, de modo algum, em quem efetivamente o eleitor votaria. Ou seja, dizer em quem o eleitor não votou não é suficiente para dizer em quem ele votou.

conjunto de informações, critérios e opiniões acerca do mundo propriamente político é socialmente construído.

## **2.4 O Voto por Identificação Ideológica**

Embora não seja o único, Singer (2000) é o autor que merece mais destaque entre os que defendem a identificação ideológica como elemento fundamental para a compreensão das escolhas eleitorais dos brasileiros<sup>22</sup>. O autor defende o argumento de que a ideologia, ou melhor, a identificação ideológica dos eleitores foi central na decisão das eleições presidenciais de 1989 e 1994 no Brasil. Singer postula que a identificação (e adesão) a um *slogan* ideológico pelo eleitor não obrigatoriamente necessita de alta sofisticação política por parte do mesmo. O autor parte da noção de “voto por imagem”, formulando sua tese sem pressupor que a maioria do eleitorado tenha um pensamento logicamente estruturado. Identificação ideológica seria, portanto, a adesão a uma posição no *continuum* esquerda-direita ou liberal-conservador que, mesmo sendo difusa, isto é, cognitivamente desestruturada, sinaliza uma orientação política geral do eleitor (SINGER, 2000). Empiricamente, toma como elemento para categorizar a posição (identificação) ideológica do eleitor, sua auto-localização no *continuum* esquerda-direita.

Embora não seja capaz de verbalizar e dar um conteúdo estruturado e coerente com suas escolhas, o eleitor, segundo Singer (*idem*), dispõe de um conhecimento intuitivo, uma espécie de sentimento sobre o significado das diferentes posições ideológicas. É com base nesse sentimento que o eleitor consegue localizar a si mesmo e os partidos no *continuum* ideológico segundo sua própria ordem de preferências. Feito isso, o eleitor escolhe o partido e/ou candidato mais “próximo” dele na escala e vota, então, de modo coerente. Teriam sido, desse modo, as

---

<sup>22</sup> Pela natureza de suas análises, Singer poderia também ter sido lembrado no item anterior. Contudo, preferimos analisar sua obra em separado devido à grande ênfase que dá ao aspecto ideológico enquanto modalidade específica na análise do comportamento eleitoral.

diferenças ideológicas entre os candidatos – percebidas pelos eleitores – que tiveram maior influência na decisão do voto nas eleições presidenciais de 1989.

O que aconteceu, segundo Singer (2000), é que, ao contrário do que se poderia esperar, não houve uma identificação dos estratos mais baixos da população com os partidos de ideologia esquerdista – especialmente o PT. Ao contrário, no Brasil haveria uma forte associação entre essas camadas da população e uma identificação com a direita (a maioria do eleitorado se auto-define como sendo de centro e as posições à direita superam em cerca de duas vezes as da esquerda), o que, em uma análise superficial, poderia levar à afirmação de que o eleitor brasileiro não é ideológico, pois não apresentaria identificação com partidos supostamente defensores dos interesses das classes trabalhadoras, segundo, por exemplo, alguma correntes da teoria democrática clássica.

O que Singer (2000) tenta demonstrar é que haveria sim uma significativa identificação ideológica do eleitor brasileiro. O problema (no sentido acadêmico do termo) é que essa identificação não segue os princípios clássicos da Ciência Política. Ou seja, direita e esquerda para os brasileiros significam coisas diferentes daqueles elementos apontados (e esperados) pelos cientistas políticos. No lugar das noções de igualdade *versus* liberdade e de intervencionismo estatal na economia *versus* economia de mercado livre, o principal elemento de diferenciação entre a esquerda e a direita no eleitorado brasileiro seria a concepção e a posição, defendida pelos diferentes partidos e candidatos, em torno da ordem.

Assim, especialmente durante as eleições presidenciais de 1989, não teriam sido as opiniões acerca da necessidade de mudanças profundas na estrutura social e política do Brasil como condição para melhoria das condições de vida da população o elemento diferenciador das ideologias adotadas pelos principais candidatos envolvidos na disputa. O que efetivamente os teria diferenciado, seria a forma pela qual, supostamente, cada um se propunha a realizar tais mudanças. Desse modo, o medo de que o candidato do PT (Luis Inácio Lula da Silva), por exemplo, fosse romper com a ordem social estabelecida, teria sido determinante para a não identificação do eleitorado das camadas sociais mais baixas com o mesmo.

Segundo as análises de Singer (2000), à medida que se vai da esquerda para a direita, são mais freqüentes as opiniões de que, embora necessárias, as mudanças não devem, de modo algum, ameaçar a ordem estabelecida, cuja garantia é de responsabilidade do Estado. Todos defendem mudanças em direção a mais igualdade, justiça social e distribuição de renda. Porém, enquanto os eleitores mais à esquerda esperam que isso seja atingido através da participação e da mobilização popular – contra a autoridade repressiva do Estado – os de direita defendem que o mesmo seja feito sem prejuízos à ordem, ou seja, pela atuação forte e autoridade repressiva do Estado. Enquanto aqueles querem a participação coletiva, estes desejam um governo centralizado e forte.

Seria esse o motivo pelo qual, embora ambos representassem a descontinuidade em relação ao governo Sarney, Collor e Lula foram vistos de modo tão diferente pelos eleitores nas eleições de 1989 – especialmente no segundo turno: enquanto o primeiro representava a firmeza e a garantia da ordem, o segundo significava o risco da quebra da ordem e a possibilidade do “caos”. Aliado, portanto, a estímulos de curto prazo, as pré-disposições (ideológicas) de longo prazo do eleitor foram (e supostamente ainda são) elemento de fundamental importância para a explicação do voto no Brasil. Mesmo nas eleições de 1994, quando o Plano Real teve importância inquestionável, Singer (2000) sustenta que as identificações ideológicas foram decisivas na decisão do voto. Ao contrário da maioria dos analistas, Singer afirma que o Plano Real não anulou o alinhamento ideológico. Diz o autor:

(...) por baixo das correntes superficiais determinadas pela conjuntura, o leito do rio manteve a orientação geral observada em 1989. O eleitorado continuou majoritariamente centrista e a direita superava em cerca de duas vezes os que se colocavam à esquerda. E tal como no pleito que elegeu Collor, a autolocalização no espectro esquerda-direita foi um forte preditor do voto, mesmo numa eleição em que a discussão econômica substituiu o debate ideológico como tema central (SINGER apud CARREIRÃO, 2002: 31).

Além disso, a avaliação positiva ou negativa do Plano Real, como Singer pretende demonstrar com os dados que analisa, teria sido fortemente determinada pela identificação ideológica. Ou seja, mesmo que a avaliação do Plano determinasse,

em última instância, a decisão do voto, isso não nega o fato de que tal avaliação variou segundo a posição ideológica<sup>23</sup>. Portanto, embora a avaliação do Plano Real apareça como variável determinante ligada ao voto, por trás dessa relação teria permanecido a influência ideológica.

Após testar diversas hipóteses/teorias para a explicação do voto em 1989 – “voto de protesto”, “oposição ao governo”, “rejeição aos políticos”, “diminuição do Estado”, “liderança forte” – e em 1994 – especialmente o voto econômico (Plano Real) – Singer (2000) conclui que as duas variáveis de maior precisão e, portanto, de maior potencial de previsibilidade na explicação do voto foram a identidade partidária e a identidade ideológica. Porém, como o número de eleitores que manifestaram identidade partidária foi relativamente pequeno (cerca de 40%), portanto, pouco significativo, a identidade ideológica foi o melhor elemento explicativo e preditor do voto do eleitorado brasileiro. A ideologia teria, assim, desempenhado um papel de “atalho” na busca de informações com as quais o eleitor pode decidir a direção do seu voto.

As teses de Singer trazem inquestionável contribuição à interpretação do voto no Brasil. Contudo, alguns dos pontos por ele analisados possuem problemas. Como demonstra Carreirão (2002: 32), Singer (2000) não se preocupa suficientemente em verificar se há distinções entre os eleitores (por exemplo, segundo seu grau de escolaridade), quanto ao possível peso de sua identificação ideológica na decisão de voto, especialmente em 1994.

Por outro lado, dados apresentados pelo próprio autor mostram que talvez este tenha dado demasiada importância à identificação ideológica em detrimento de outras variáveis explicativas do voto. Se a identificação ideológica é realmente um elemento de fundamental importância para a determinação da escolha eleitoral, como explicar que nas eleições de 1989 os candidatos de centro (Mário Covas e

---

<sup>23</sup> Se bem que esse argumento pode entrar em um movimento cíclico e cair na infundável lógica do “ovo e a galinha”. Ou seja, não há como saber se o autoposicionamento definiu a avaliação do Plano Real, ou se a avaliação deste influenciou o autoposicionamento na escala como forma de legitimá-lo. O risco, como se vê, é o de tomar como argumento um raciocínio de conteúdo falacioso, e acabar por tomar como explicação aquilo mesmo que deve ser explicado.



Ulysses Guimarães) só conseguiram 15,2% dos votos,<sup>24</sup> apesar de a maioria relativa do eleitorado se autodenominar centrista? Teria, ao menos nesse caso, a “avaliação de desempenho do governo” peso maior que a identificação ideológica na determinação do voto? Ou será que, apesar de se autodenominar de centro, o eleitor não tem praticamente nenhuma noção de que tais candidatos eram os mais próximos do centro – ideológico? Existe alguma relação entre outras variáveis sócio-político-culturais, como o nível de escolaridade, por exemplo, e o nível de estruturação ideológica dos eleitores (CARREIRÃO, 2002)? Estas são algumas perguntas que se poderia direcionar ao trabalho de Singer.

## ***2.5 O “Novo Eleitor Não Racional”***

A tese do “Novo Eleitor Não Nacional” é defendida por Silveira (1998). Em ousado trabalho de natureza qualitativa, o autor desenvolve o argumento de que no Brasil houve

um processo de desestruturação das antigas relações de lealdade com lideranças personalistas e de compromissos clientelistas, de declínio do voto orientado em função de identificação partidária, critérios políticos e ideológicos, alinhamentos classistas e inserção social (SILVEIRA apud CARREIRÃO, 2002: 33).

Com isso, teria crescido (e ainda cresce) uma modalidade de voto “flutuante, volúvel e mudancista” associado ao “novo eleitor não racional”, cuja escolha eleitoral é feita de forma contraditória com a lógica política, influenciada por aspectos emocionais, altamente determinada a partir da imagem e de características pessoais dos candidatos, especialmente de caráter moral (valorativos e simbólicos).

Deve ser ressaltado que o autor não defende que seja esta a única modalidade de decisão eleitoral. Silveira trabalha com 23 modalidades divididas em

---

<sup>24</sup> Ver Singer (2000: 63 - quadro 2.2).

três grandes grupos: "comportamento não racional tradicional"; "novo comportamento não racional"; e "comportamento racional". O primeiro e o último teriam, segundo o autor, perdido sua força e importância por causa da desestruturação sofrida pelos elementos que os sustentavam, quais sejam, respectivamente, as tradicionais relações de lealdade pautadas no personalismo e no clientelismo, e o voto pautado na identificação partidária, ideológica, posição social, grupo de interesse, etc.

Com isso, o vácuo deixado com o enfraquecimento daquelas modalidades de escolha é ocupado pelo "novo eleitor não racional". Este, como o nome sugere, não age racionalmente a partir de identidades ideológicas bem estruturadas, nem tampouco é, por isso, igual ao "antigo" eleitor não racional. Nas palavras do autor:

A nova escolha não racional diferencia-se muito destes antigos comportamentos não racionais (...) não se trata de um voto personalista na antiga acepção, como um voto dado em função de adoração e devoção pessoal, de subordinação ao chefe político local, de fidelidade pessoal, de tradição familiar, regional ou de pertencimento ao reduto eleitoral. O novo eleitor não racional não vota em função de vínculos tradicionais. A autoridade do passado não é reconhecida como importante. Não tem propriamente um hábito de voto. O seu voto muda de direção rápida e freqüentemente, dependendo da capacidade de sedução das lideranças. Não é seduzido por ofertas de benefícios concretos imediatos e apelos clientelísticos, mas sim em função dos atributos simbólicos dos candidatos. Seu voto não é produto de coerções e imposições. Não se encontra preso a relações de dependência de caráter tradicional e não é fiel a nenhum candidato em particular. Não segue as preferências políticas de seus pais, nem costuma votar do mesmo modo que seus familiares, vizinhos, colegas de trabalho e amigos. Não obedece, assim, ao padrão sociológico do voto como produto da interação social (...) o novo eleitor não racional assume um comportamento instável, volátil, independente, mais à vontade, infiel, escolhendo candidatos capazes de transmitir nas suas ações, nos seus gestos, imagens que possam ser acolhidas em seu quadro de referência valorativo e simbólico e reconhecidas como autênticas, através de consulta a sua sensibilidade e sentimentos internos. (SILVEIRA, 1996: 200-1)<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> De modo a facilitar o entendimento pela explanação correlacionada das características de forma contraposta, Silveira apresenta os elementos que simbolizam o "novo eleitor não racional" em oposição ao "antigo eleitor não racional" e o "eleitor racional" em dois quadros que merecem ser

Esse “novo eleitor não racional” é, como se vê, um eleitor que tem idéias políticas fragmentadas, imprecisas, freqüentemente distorcidas e desarticuladas do ponto de vista lógico. As imagens dos candidatos formadas com a “ajuda” da mídia e do marketing político são elementos que compõem a base de sua escolha. Elementos valorativos e simbólicos – de caráter marcadamente moral – são mais importantes que raciocínios de cunho ideológico, e a sensibilidade é a grande fonte de consulta para suas decisões que são intuitivas e emocionais. Possui baixa informação e saber político.

É por esses motivos que Silveira (1998) irá destacar a importância, para o crescimento dessa modalidade de escolha, da expansão do marketing político e da mídia – especialmente a eletrônica – associada ao enfraquecimento dos partidos.

Intuição, sensibilidade e gosto são os elementos básicos através dos quais o eleitor decide seu voto (escolhe seu candidato). Intuição entendida pelo autor como “uma forma de conhecimento direta e imediata, que capta o objeto por inteiro e globalmente, de uma só vez, em um único ato” (SILVEIRA, 1996: 185). O conhecimento intuitivo é instantâneo, não processual. “Cada objeto é conhecido de forma independente, não relacionando logicamente às estruturas de representação de um e dos outros objetos” (idem: 185)<sup>26</sup>.

Segundo Silveira, para realizar esse conhecimento intuitivo, o eleitor não utiliza procedimentos lógico-rationais. Ao contrário, recorre a sua sensibilidade,

---

consultados pelo leitor interessado em se aprofundar na questão. Os mesmos encontram-se nas páginas 205 (quadro 15 – antigos e novos comportamentos não racionais) e 217 (quadro 16 – escolha racional e nova escolha não racional) da obra citada.

<sup>26</sup> Mais adiante, especialmente na análise dos dados coletados para a realização do presente trabalho, esta discussão será retomada, especialmente no que tange à necessidade de reformulação de seu aspecto, por assim dizer, determinista. A discussão ulteriormente desenvolvida trata da necessidade de se admitir, por exemplo, como não estritamente intuitivo, o comportamento do eleitor que, por conhecer o passado político de determinado candidato e ter informações sobre o envolvimento do mesmo em denúncias de corrupção, decidir não votar nele por considerá-lo desonesto. Ou seja, por considerar o candidato como sendo não portador de honestidade suficiente, o eleitor, de forma coerente com o fato de tomar a honestidade como importante característica a fazer parte da personalidade de um político, decide não votar no referido candidato. Assim, embora a honestidade possa ser uma categoria ligada aos valores morais, a partir do momento que em que ela é tomada como elemento importante no processo de escolha eleitoral, as conclusões e atitudes subsequentes são dotadas de coerência lógica.

ouvindo suas emoções e seus sentimentos. Em oposição ao conhecimento racional, que busca a universalização, o conhecimento intuitivo refere-se ao singular. Busca o “bom”, o “belo”, o “justo”, o “correto”. Elementos que não podem ser “descobertos” (pela racionalidade), mas sentidos, de modo que essa identificação dos mesmos se dá pelo gosto do indivíduo, cujo juízo não pode ser alterado racionalmente.

Para Silveira (1996), a intuição e o juízo de gosto “correspondem ao modo através do qual, pessoas comuns, desprovidas de instrumentos conceituais, buscam descobrir a verdade sobre as coisas recorrendo aos seus sentimentos e sensibilidade” (p. 188). São, portanto, de caráter mundano. É por isso que, muitas vezes, o eleitor primeiro escolhe seu candidato para depois se preocupar em justificar tal escolha. E, mesmo assim, o faz de modo não racionalmente coerente. Afinal, não se pode explicar racionalmente uma escolha feita de modo não racional.

Com esse raciocínio, Silveira trata, então, da importância da mídia e do marketing político como fatores determinantes nas escolhas eleitorais, visto que são eles que formam, junto ao eleitor, as imagens dos candidatos, elemento chave nesta análise. Isso por que há como que uma “seqüência lógica” nesse processo: 1º) o eleitor vota por seu gosto – através do qual julga e identifica o “melhor” candidato; 2º) esse gosto se dá pela intuição; 3º) a intuição é acionada pela sensibilidade; e 4º) a sensibilidade atua a partir da imagem dos candidatos.

Portanto, as imagens são meios fundamentais para a decisão em função do gosto: através delas o eleitor pode captar intuitivamente as características, modos de ser e agir dos candidatos, pode perceber se os sentimentos e emoções expressos são efetivamente autênticos e pode, por relação simbólica, combinar instintivamente as imagens dos candidatos captadas com as imagens de político ideal desejado retidas no seu quadro de referência valorativo e simbólico (SILVEIRA, 1996: 191).

Como não escolhe de modo racional, o eleitor dificilmente muda sua opinião em função de apelos que tenham conteúdo racional. O que é construído emocionalmente não é destruído racionalmente. É por isso que é tão comum encontrarmos eleitores que são contraditórios ao articularem suas escolhas eleitorais

com suas opiniões políticas. É possível que o eleitor goste de um argumento racional que possa ter ouvido, mesmo sendo este logicamente contrário à imagem, emocionalmente formulada, que reteve como importante referência simbólica. O “novo eleitor não racional” não pensa politicamente a política. Utilizando critérios subjetivos e simbólicos de seu juízo de gosto, apóia-se em seus próprios elementos instintivos e intuitivos para emitir opiniões sobre o mundo político – e os políticos – e julgar os candidatos.

Ao desenvolver sua tese, Silveira também irá criticar a Teoria da Escolha Racional, demonstrando que o eleitor racional é, na verdade, um construto teórico – Tipo Ideal – longe do “eleitor médio” encontrado empiricamente. Além disso, defende que não basta ampliar o conceito de racionalidade para resolver o problema. Afinal, se qualquer comportamento pode ser considerado racional, então o conceito de racionalidade perde seu potencial explicativo. Ampliar o conceito de racionalidade é, portanto, explicar tudo sem efetivamente explicar coisa alguma.

Silveira (1998) trabalha com um modelo dualista de racionalidade para a análise do comportamento eleitoral. As escolhas, para ele, ou são racionais ou não o são, não admitindo possibilidades intermediárias. Apresenta, então, uma série de elementos para demonstrar as oposições entre o eleitor racional e o “novo eleitor não racional”.

É preciso considerar, portanto, toda uma série de fatores além da escolha racional para se produzir explicações mais precisas do comportamento do eleitor brasileiro (Idem). Afinal, o gosto, a noção de “bom”, de “justo”, assim como a opinião sobre o que é útil e necessário, são elementos social e culturalmente determinados. Em busca do candidato que lhe parecer o “melhor”, ideal, honesto, competente, confiável, o eleitor toma a imagem dos candidatos como referência para tal escolha, tal como o consumidor que compra produtos pela forma como esses são a ele apresentados.

A escolha em função de gosto por um produto ou por uma marca a partir da sensibilidade sugere a pertinência da analogia com a decisão eleitoral em função de intuição, sensibilidade e gosto. O novo eleitor não racional pode ser analogicamente

definido como um eleitor consumidor, escassamente informado, que escolhe em função dos atributos e símbolos dos produtos (SLIVEIRA, 1996: 225).

Embora tenha sofrido muitas críticas, especialmente pela falta de representatividade dos dados que utiliza para formular sua tese – o que compromete as generalizações feitas pelo autor – o trabalho de Silveira (1998) constitui importante contribuição ao campo de estudos do comportamento eleitoral no Brasil, principalmente pela perspectiva adotada e pelos apontamentos levantados que têm fomentado outros trabalhos de natureza semelhante.

## ***2.6 Avaliação de Desempenho, Avaliação de Candidatos e Decisão de Voto***

Os autores que “advogam” a favor da tese da avaliação de desempenho, trabalham com o pressuposto de que a avaliação que os eleitores fazem a respeito dos governos e dos candidatos envolvidos na disputa é elemento central para sua escolha eleitoral. Internamente, essa corrente apresenta pelo menos dois elementos de distinção: a) a divisão entre os que afirmam que a avaliação é feita levando em conta o governo como um todo (várias dimensões) e os que apregoam que esta avaliação é feita dando importância determinante às questões de política econômica, especificamente; b) a divisão entre os que utilizam uma avaliação retrospectiva [governo(s) passado(s)], os que defendem a avaliação prospectiva – desempenho futuro – e os que tentam combinar as duas coisas.

São muitos os trabalhos que, adotando a perspectiva do voto como resultado de uma avaliação de desempenho, produziram explicações para a eleição de Collor em 1989 e as duas vitórias de Fernando Henrique Cardoso (daqui em diante, por economia de linguagem, chamado de FHC) em 1994 e 1998.

Figueiredo (1994) mostra a importância da avaliação do governo Sarney nas eleições de 1989. Sendo tal avaliação altamente negativa, todos os outros candidatos

procuravam manter-se afastados dele – e do que ele representava – tanto quanto possível. “Ser da oposição” era condição fundamental para quem pretendesse ser eleito.

Analisando a eleição de FHC em 1994, Figueiredo (1994) aponta para a importância de elementos como o Plano Real e o perfil do candidato como fatores altamente relevantes sobre o resultado da eleição. A escolha, em última instância, era entre dar continuidade ao que estava dando certo (FHC) e optar pelo duvidoso, contrário ao que vinha “funcionando” (Lula). Segundo sua análise, o eleitor formula, diante de um determinado contexto político, a imagem do “político ideal” e procura, entre os candidatos envolvidos na campanha, aquele que mais se encaixa no perfil por ele estabelecido.

Assim, FHC – em 1994 – além de estar mais próximo do político ideal da maioria dos eleitores, teve como fator positivo ainda a seu favor, o Plano Real como uma ajuda complementar, acelerando o processo de sua identificação como o melhor para o cargo de presidente. Figueiredo (idem) lembra ainda que no final de 1993, quando o governo Itamar Franco era muito mal avaliado, os eleitores apontavam como importantes para um bom candidato possuir, as características de honestidade, autoridade e coragem para resolver os problemas econômicos (inflação, desemprego, etc.), segurança, firmeza. De acordo com o autor, estas características não coincidiam com a imagem de Lula, candidato do PT, estando muito mais próximas do perfil passado por FHC.

Por sua vez, Kinzo (1996), analisando as eleições de 1994, afirma que a mesma foi uma disputa plebiscitária entre a continuidade, ou não, de algo que “era um sucesso”: o Plano Real e a imagem de um político sério, inteligente e competente, associada a FHC.

Já Carreirão (2002) apresenta, em sua tese, com base nas eleições presidenciais de 1989, 1994 e 1998, a definição de quatro elementos influenciadores do voto no Brasil. São eles: a) a avaliação de desempenho que o eleitor faz do governo em exercício, de modo especial em relação às questões de ordem econômica; b) a avaliação que o eleitor faz dos atributos pessoais dos candidatos,

valorizando principalmente características consideradas importantes para a capacidade de governar; c) a imagem política formada pelo eleitor acerca dos partidos e dos candidatos; e d) o nível de escolaridade do eleitor.

Os itens "c" e "d" já foram abordados nos itens 2.2 e 2.3, respectivamente, de modo que não serão novamente aqui tomados em detalhes.

Quanto à avaliação dos atributos pessoais dos candidatos, Carreirão (2002) também a concebe como elemento central na decisão do voto para o pleito de 1989. Depois de "renovação política", a segunda categoria mais importante para os eleitores de Collor dizia respeito a características ligadas a sua experiência/capacidade político-administrativa, sendo mais importante, por exemplo, do que a imagem – política – de "defensor dos interesses do povo", a qual foi a mais apontada pelos eleitores de Lula.

Quanto ao pleito de 1994, Carreirão reconhece o papel decisivo do Plano Real, especialmente como determinante da avaliação – retrospectiva e prospectiva – do candidato FHC. E acrescenta:

(...) a brusca reversão das intenções de voto, ocorrida em todas as faixas do eleitorado, entre Julho e Agosto (período em que os efeitos do plano foram sentidos mais nitidamente), parece mostrar que quaisquer que fossem as predisposições político-ideológicas dos eleitores, elas não foram suficientes para impedir essa reversão" (idem: 141).

Ainda, a imagem política dos candidatos, no que se refere aos interesses sociais por eles defendidos, tampouco foi determinante naquela eleição. Apenas 15% dos eleitores de Lula e 5% no conjunto do eleitorado apontaram, como motivo para seu voto, elementos que pudessem ser "encaixados" nessa categoria de voto no candidato identificado como "defensor dos interesses dos mais pobres – do povo"<sup>27</sup>. A avaliação do Plano Real e a imagem pessoal de FHC (honesto, sério, competente, inteligente) parecem realmente ter sido decisivos para sua eleição.

---

<sup>27</sup> Se bem que isso não é suficiente para afirmar que a imagem dos candidatos não é elemento importante para a definição do voto. O que fica claro, com a análise de Carreirão, é que a avaliação do Plano Real e a imagem pessoal de FHC foram mais importantes.



Por fim, sobre as eleições de 1998, Carreirão começa demonstrando que o posicionamento dos eleitores em uma escala esquerda-direita não foi importante preditor do voto, muito embora sua importância relativa crescesse com o aumento da escolaridade. O problema é que, além de uma parcela significativa da população não ser capaz de se posicionar na escala, entre os que se posicionam, a maioria dos que tinham até primeiro grau completo ou não sabia atribuir um significado minimamente aceitável ou não atribuía significado algum aos termos esquerda e direita.

Mais uma vez a avaliação de desempenho do governo teria sido o fator mais associado ao voto dos eleitores, refletindo em grande parte o fato do presidente em exercício ser candidato à reeleição. É importante ressaltar que para essa avaliação – positiva – do governo, teve forte influência o “bom desempenho econômico” do mesmo, especialmente no controle da inflação.

Sobre a imagem pessoal dos candidatos, Carreirão (2002) destaca a significativa relação entre esta, para o caso do candidato FHC, com a avaliação de desempenho do governo.

Finalmente, sobre a avaliação de desempenho dos governos, o autor destaca que:

- a) A avaliação dos resultados dos planos econômicos foi determinante para avaliação geral do desempenho dos governos (período 1986/98);
- b) A avaliação de desempenho do governo na área econômica pesou mais que a avaliação em outras áreas;
- c) As “variações de alguns dos indicadores do estado efetivo da economia brasileira” (idem:194) – inflação, rendimento e crescimento econômico – são importantes elementos de definição da avaliação de desempenho do governo e de seus planos econômicos;
- d) A avaliação de desempenho sobre questões econômicas teve grande influência sobre o voto (ou intenção de voto) (CARREIRÃO, 2002).

Carreirão defende, opondo-se principalmente a Silveira (1996), que:

(...) se a escolha do presidente no Brasil não é uma decisão altamente informada e “ideológica”, não se trata também de uma decisão irracional, baseada apenas na emoção ou intuição

de um eleitor em busca de um candidato "carismático", cuja "imagem" seria forjada pelos meios de comunicação e pelo marketing político. A maioria dos eleitores, mesmo não sendo muito informada politicamente, apóia-se, ao decidir seu voto para presidente, em um conjunto de informações e pistas que sugerem uma decisão de voto bem mais complexa do que a suposta por aquele diagnóstico a respeito do eleitor brasileiro muito comum especialmente nos meios de comunicação (CARREIRÃO, 2002: 212).

Carreirão (idem) sugere, desse modo, a admissão de uma perspectiva de voto "racional" no sentido de "não emocional", numa contraposição à perspectiva adotada por Silveira (1998), que apregoa a noção de uma escolha eleitoral altamente intuitiva, emocional.

Outro trabalho que merece destaque, especialmente entre aqueles que tem sido produzidos na literatura brasileira acerca do comportamento eleitoral em nível local, é o de Marcelo Baquero, o qual se encontra em várias pesquisas, realizadas especialmente com eleitores do Rio Grande do Sul. Trata-se de uma importante tentativa de desenvolver uma categoria específica para descrever uma modalidade de eleitor que tem, segundo o autor, crescido sistematicamente nos últimos anos, por ele chamada de *Voto Pragmático*.

A maioria dos estudos mencionados dedica-se ao entendimento dos processos eleitorais através de análises longitudinais dos pleitos realizados em Porto Alegre a partir da reabertura democrática e a volta de eleições regulares na década de 80.

Com base, principalmente, no descrédito e na falta de estímulos dos eleitores para com a política (fomentados por sucessivos fracassos governamentais, especialmente nas áreas econômica e social), Baquero (1994) aponta para uma perspectiva bastante pessimista no que diz respeito ao futuro da democracia brasileira, em especial, e latino americana de modo geral. Segundo Baquero e Castro (1996), tal sentimento é ainda acentuado por fenômenos como escândalos políticos e de corrupção, aumentando ainda mais, no imaginário do eleitor, a sensação de ineficácia política generalizada.

Tais características tornam possível uma visão da política e do mundo político de cunho marcadamente emocional, favorecendo a reprodução de um padrão pautado pela passividade e aceitação de condutas autoritárias por parte de grupos que comandam as estruturas do Estado. A maioria do eleitorado percebe a política como algo demasiadamente abstrato e pouco se interessa por questões, notícias e discussões sobre o tema.

Nesse sentido, Baquero aponta para o fato de que o contexto político tem, assim, importante papel de influência no direcionamento do voto e propicia uma escolha eleitoral de caráter mais personalista, além de desenvolver um comportamento marcadamente pragmático por parte do eleitor. No último caso, o eleitor passa a avaliar as ações administrativas dos governantes e a optar por um candidato a partir de questões de natureza pragmática.

Para Baquero (1984), os trabalhos realizados com o intuito de compreender o comportamento eleitoral dos brasileiros realizados nas décadas de 60 e 70 apontavam para um predomínio dos partidos políticos como elemento central no processo de constituição das escolhas eleitorais. Contudo, aponta para o fato de que, a partir de 1982, o personalismo aparece como elemento mais determinante do que os aspectos objetivos de identificação partidária.

Na escolha eleitoral em Porto Alegre, por exemplo, segundo os estudos realizados por este autor, a escolha determinada por uma identidade do eleitor com um partido político apresenta menos importância do que o voto personalista. Fatores conjunturais relacionados ao mundo político e questões de natureza socioeconômica adquirem importância significativa em suas análises.

Utilizando-se de terminologia cunhada por Philip Converse, Baquero (1985) realiza análise comparativa do comportamento eleitoral e dos sistemas de crenças dos eleitores da cidade de Porto Alegre no ano de 1982. Ligado à corrente psicológica, Converse constrói uma tipologia que considera o nível de apreensão contextual que os eleitores possuem acerca do sistema político para agrupá-los em quatro extratos:

- a) *Ideólogos*: São aqueles eleitores que apresentam dimensões conceituais elevadas e demonstram um amplo alcance em relação aos significados das questões relacionadas ao campo político;
- b) *Quase Ideológicos*: São aqueles eleitores considerados periféricos no que tange à utilização de conceitos ligados à dimensão política e fazem uso dos "conceitos políticos" de modo não exatamente lógico, se considerado do ponto de vista acadêmico e/ou ideológico;
- c) *Interesse de grupo*: São aqueles eleitores que, embora demonstrem capacidade de percepção acerca dos "conflitos entre dominantes e dominados", não são capazes de escolherem candidatos e partidos através de critérios analíticos mais abrangentes;
- d) *Natureza dos tempos*: São capazes de apresentar considerações políticas relativamente relevantes, mas não são capazes de apresentar argumentos para defendê-las;
- e) *Sem conteúdo político*: Refere-se ao grupo de eleitores para os quais o cenário político e os fenômenos a ele relacionados não possuem significação alguma. Apresentam certa identidade e lealdade partidária, mas não são capazes de demonstrar conhecimento da plataforma política dos partidos.

Segundo a análise de Baquero (1985), a partir dos dados quantitativos sobre o comportamento político-eleitoral dos eleitores do município de Porto Alegre, no início da década de 80, 68,7% do eleitorado porto alegreense divide-se entre a *Natureza dos tempos* e os *Sem conteúdo político*, sendo que os últimos correspondem a nada menos que 37,1% dos eleitores, configurando uma significativa parcela do eleitorado que pouco ou nada se interessa, por exemplo, por partidos políticos, preferindo considerar, nas suas escolhas eleitorais, fatores de cunho mais personalista, como qualidades pessoais dos candidatos.

De acordo com Baquero (idem), o grupo que envolve os eleitores que se enquadram em *Natureza dos Tempos* é compreendido por aqueles eleitores que, embora façam alguma consideração política, não empregam argumentos para

justificá-la. Como referencial para suas escolhas, costumam fazer associações entre os candidatos e determinadas conjunturas sociais gerais como prosperidade ou depressão econômica, por exemplo. Comumente referem-se a questões particulares pelas quais tenham opinião formulada – como um sentimento de gratidão ou indignação.

Os resultados das pesquisas realizadas por esse autor demonstram que a maior parte dos eleitores vê a política como uma coisa demasiadamente abstrata, sobre a qual não estão dispostos ou interessados em dedicar tempo e esforço aos temas e acontecimentos que lhe são inerentes. É, pois, desse modo que a preferência partidária é menor e o grau de “indecisão política” maior quanto mais baixo for o nível de conceptualização do eleitor. Ora, “o processo de politização de uma pessoa depende, também, do seu grau de comprometimento em se manter informado sobre os acontecimentos políticos” (BAQUERO, 1985: 248). Comprometimento esse que não parece refletir a realidade dos eleitores entrevistados.

Quantitativamente, os estratos mais representativos do eleitorado porto alegreense apresentam opiniões e avaliações políticas inconsistentes, associadas a um certo (e importante) distanciamento das questões propriamente relacionadas ao debate político. Para Baquero, isso se deve, ao menos em parte, às práticas de cunho marcadamente autoritário utilizadas para garantir um afastamento da população das questões e decisões políticas do país, por parte das classes politicamente dominantes.

Com relação às eleições de 1996 em Porto Alegre, Baquero (1997) argumenta que as perspectivas sociológicas e psicológicas não dão conta de absorver, em seu arcabouço teórico e analítico, as transformações ocorridas no interior das sociedades. Procurando uma resposta para o sucesso eleitoral do Partido dos Trabalhadores – PT – que conseguira eleger um prefeito para seu terceiro mandato consecutivo, algo inédito na história da capital gaúcha, chama a atenção para o fato de que alguns fatores, como a globalização e “uma nova forma de fazer política”, estariam

propiciando o surgimento de um eleitor menos movido por questões ideológicas e de características marcadamente pragmáticas.

O comportamento eleitoral, nessa perspectiva, se processa independente da preferência partidária. Assim, o crescimento eleitoral do Partido dos Trabalhadores em Porto Alegre não significaria um realinhamento partidário ou ideológico por parte dos eleitores, mas a expressão de uma nova e crescente modalidade de decisão eleitoral, qual seja, um pragmatismo até certo ponto utilitarista que valoriza a atuação dos governos e dos governantes, assim como os postulantes a governantes, a partir do desempenho dos mesmos. Ou seja, a regularidade dos eleitores porto alegrenses no que se refere à reeleição do Partido dos Trabalhadores seria uma forma de o eleitor expressar sua vontade de que as coisas continuassem sendo feitas da mesma forma. Ou seja, tratava-se de dar continuidade ao que vinha “dando certo” em detrimento da mudança.

Trata-se, segundo Baquero (1997), de uma modalidade de eleitores que são motivados pela avaliação, em nível individual, que fazem em relação à ação administrativa dos governantes e depositando nestes um voto de confiança. Os eleitores estariam, pois, avaliando os candidatos e partidos levando em consideração critérios de eficiência na administração pública ou até mesmo relacionados a questões denominadas pós-materialistas, como o meio ambiente e a qualidade de vida, por exemplo.

Em função de um longo de tempo de denúncias de corrupção, má utilização de recursos públicos e outras questões de cunho social e moralmente condenável, o eleitor teria desenvolvido um profundo descrédito em relação aos partidos enquanto instituições políticas, fazendo declinar sua importância como mecanismos de construção de identidades coletivas. Com isso, abriu-se espaço para uma nova forma de se fazer, entender e avaliar a política, notadamente pragmática e pautada na capacidade individual de realizar gestões administrativamente positivas na opinião do eleitor.

Portanto, é no pragmatismo e, de certo modo, na indiferença, que irão se basear os novos padrões de comportamento eleitoral. Essas novas formas

estratégicas de conceber e avaliar a política podem fazer com que o voto do eleitor migre da esquerda para a direita sem mesmo se dar conta disso, de modo que a maior parte do eleitorado acaba por fazer suas opções independentemente de questões ideológicas.

Ao contrário do que se podia esperar, ou seja, um aumento da identificação partidária que deveria ser paralelo com o processo de redemocratização, o padrão observado a partir de 1986 se inverte, aumentando o número de pessoas que responderam não se identificar com nenhum partido político (BAQUERO, 1997c: 132).

Com isso, a conclusão de Baquero (*idem*) é de que os eleitores têm adotado cada vez mais essa perspectiva que leva em consideração não mais os partidos ou outras instituições de cunho político, mas avaliações – valorações – em relação à capacidade administrativa dos candidatos. A dimensão ideológica assume, pois, importância secundária, ao passo que tornam-se fundamentais atributos pessoais dos candidatos como competência, honestidade e capacidade para governar.

## ***2.7 Os Estudos da Antropologia Política***

Embora não cheguem a configurar exatamente o que se poderia chamar de uma teoria explicativa do voto, os estudos feitos pela antropologia política sobre eleições, escolhas eleitorais e campanhas político-eleitorais merecem atenção, especialmente em nosso trabalho, por dois motivos principais. Primeiro por que, na sua grande maioria, são estudos que adotam justamente a perspectiva sobre a qual afirmamos anteriormente existir poucos trabalhos no Brasil, qual seja, a dos estudos que tomam como elemento de análise eleições locais. Pela própria natureza desses trabalhos, geralmente qualitativos, constituem um importante referencial conceptual que deve ser levado em consideração no processo de compreensão dos processos eleitorais municipais.

Em segundo lugar, por se tratarem de trabalhos eminentemente qualitativos, assumem importância ainda maior para o caso específico de nossa pesquisa, a qual foi realizada também com esta perspectiva, pois além de nos oferecer um importante arcabouço conceptual nos possibilita uma ampla gama de elementos de ordem metodológica, fundamentais para a realização das pesquisas que fundamentam nossa análise.

Dentre esses trabalhos, alguns merecem destaque. O livro intitulado "Como se Fazem Eleições no Brasil", organizado pelas antropólogas Beatriz Heredia, Carla Teixeira e Irllys Barreira (2002) traz importante contribuição analítica sobre o processo de construção do período eleitoral e de decisão do voto em eleições locais. Trata-se de uma obra que não se preocupa em estabelecer uma matriz de prognóstico ou com base em números, mas em realizar uma reflexão acerca do modo como o conjunto da sociedade "vive" o período eleitoral. Desenvolvendo o argumento de que as eleições são muito mais que a materialização de uma dimensão formal da democracia, os textos do livro demonstram como as eleições são também ferramentas pelas quais se afirmam e se atualizam aspectos relacionados ao conjunto dos valores e da estrutura sociopolítica e cultural da sociedade.

O caráter etnográfico dos trabalhos que servem de base para a composição dos textos do livro também é elemento decisivo para a importância de seus resultados. A preocupação não com a busca por uma sistematização normativa do que deveria ser o papel das eleições ou da política em geral, mas buscar a significação e os sentidos associados a esses eventos a partir dos grupos sociais que os manifestam, a partir de estudos de caráter empírico. Isso, associado à variedade de grupos sociais e tradições culturais das sociedades estudadas (do Rio Grande do Sul à Pernambuco, Rio de Janeiro e Brasília) tornam o conjunto da obra importante marco referencial nos estudos sobre o comportamento eleitoral no Brasil.

Também Carvalho (2003) apresenta um conjunto de estudos realizados com base nas eleições municipais de 2000 em várias cidades brasileiras, oferecendo um importante conjunto de elementos conceptuais e analíticos de grande importância para a compreensão do processo de construção das campanhas e das escolhas



eleitorais dos brasileiros. A abordagem busca compreender os eventos eleitorais a partir da construção social e midiática das campanhas, ou seja, a partir da forma como os períodos de campanha eleitoral são socialmente produzidos e reproduzidos nos ritos, símbolos, representações sociais, e da significação a eles atribuída pelos personagens envolvidos no processo (entre os quais, os eleitores).

Palmeira e Goldman (1993) também importante trabalho de caráter antropológico apontam importantes aspectos envolvidos no processo que culmina na decisão do voto por parte do eleitor, especialmente elementos de natureza cultural.

Heredia (1996) realizou importante análise do processo político-eleitoral em comunidades camponesas, onde o voto, além de ser fortemente influenciado (quando não determinado) familiarmente pela figura masculina da casa, é frequentemente motivado por favores pessoais que acabam por gerar e alimentar um compromisso moral com o candidato, o qual deve ser, através do voto, quitado por uma questão de honra. Outro aspecto analisado pela autora é que, nessas comunidades, a política não é um tema presente no dia-a-dia das pessoas, mas algo sobre o qual só se discute quando é o “tempo da política”. Nas palavras da autora:

Nas comunidades camponesas, a política não é um tema que faça parte do cotidiano. No entanto, isso se altera no período eleitoral, quando a política está presente tanto através da mídia, especialmente rádio e televisão, quanto pela presença física dos candidatos e de seus símbolos – bandeiras, cartazes e músicas. Essa presença da política em tempos de eleição permite-nos dizer, sem temor de equívocos, que nesses momentos ela faz parte do seu cotidiano. É essa presença maciça da política, e a maneira como ela se dá, que faz referirmo-nos ao período eleitoral nas comunidades camponesas como sendo o *tempo da política* (HEREDIA, 1996: 57).

Esse conceito é de fundamental importância para a compreensão do comportamento político-eleitoral, especialmente no que se refere às eleições locais, mas também em outros níveis, de modo que serve de referência para a realização do presente trabalho. A conceito de “tempo da política” constitui-se de importante ferramenta analítica não apenas para a compreensão da natureza e da intensidade do envolvimento e do nível de informação do eleitor, mas também para a análise do

processo pelo qual os eleitores constroem o seu referencial de mundo político, criando o "mundo da política" como algo exterior e distinto do mundo do seu cotidiano, com tratado em sessão anterior. Além disso, nos fornece importante referencial metodológico para pesquisa e análise dos dados de natureza qualitativa, principal elemento empírico para as reflexões realizadas neste trabalho.

De todo modo, a principal contribuição dos estudos da antropologia política para a análise do comportamento eleitoral está no seu aspecto qualitativo, algo extremamente incomum em estudos de mesma ordem realizados por estudiosos mais vinculados a Ciência Política mais tradicional. Isso faz com que suas contribuições adquiram importância pelo aspecto de complexidade que conseguem desenvolver em suas reflexões, exatamente por trabalharem com um espectro de elementos e variáveis que vão muito além das investigações quantitativas e das análises teórico-normativas, incorporando variáveis culturais, simbólicas, de representação social, de tradição regional e/ou familiar etc.

## **Capítulo 3: Análise dos dados**

### ***3.1 Introdução***

As pesquisas que serviram de base empírica para a realização das reflexões apresentadas no presente trabalho tiveram como base as eleições municipais de outubro de 2004 em Itajaí, Santa Catarina. Nela, disputaram o cargo de prefeito da cidade três candidatos, distribuídos em duas coligações e uma candidatura independente ou também chamada de “chapa pura”.

A candidatura independente foi do PSTU, que obteve pouco menos de 1% dos votos válidos, com o candidato Marcus Sodré.

A coligação “Por Mais Amor a Itajaí” representava a situação, sendo composta pelos partidos que compunham a base de governo do então prefeito Jandir Belline, do PP, o qual não pôde se candidatar por já estar cumprindo seu segundo mandato. Tinha como “cabeça de chapa” o candidato João Macagnã, do PFL, que também ocupava o cargo de Chefe de Gabinete do prefeito Belline e, como candidato a Vice, Emílio Augusto Dalcóquio, do PSDB, que já era vice-prefeito no Governo Belline. Além do PFL, que tinha o candidato a prefeito e do PSDB, do candidato a vice, a coligação “Por mais amor a Itajaí” contava com os seguintes partidos: PP (do então prefeito, Belline), PSB, PRTB, PSL, PTB e PPS.

Liderando a frente de oposição, com a coligação “O Ser Humano em Primeiro Lugar”, estavam o PT, com o candidato a prefeito Volnei José Morastoni, e o PMDB, com a candidata a vice Eliane Rebelo Adriano. Completavam a coligação os seguintes partidos: PDT, PV, PC do B, PL, PMN, PHS, PSC e PSDC. Vale ressaltar que Morastoni era deputado estadual pelo segundo mandato e ocupava o cargo de presidente da Assembléia Legislativa do estado de Santa Catarina, e disputava pela terceira eleição consecutiva o cargo de prefeito municipal de Itajaí.

Em três de outubro de 2004, apurados os votos, o resultado final das urnas apontou Morastoni (PT) como prefeito eleito de Itajaí, deixando Macagnã (PFL) em segundo e Marcus Sodré (PSTU), em terceiro, conforme tabela abaixo.

**Tabela 1:** Resultado das eleições municipais em Itajaí, SC, outubro de 2004.

<b>Candidato</b>	<b>Partido</b>	<b>Total de votos</b>	<b>%</b>
Volnei Morastoni	PT	48.565	54,15
João Macagnã	PFL	40.530	45,19
Marcus Sodré	PSTU	585	0,65

**Fonte:** TRE, SC.

Uma tentativa de entendimento acerca dos motivos que levaram a maioria do eleitorado itajaiense a optar por uma coligação que representava a ruptura em relação ao governo Jandir Belline (PP) está entre os principais resultados aos quais a presente pesquisa pretendeu chegar.

Os dados que fundamentaram as reflexões contidas no trabalho aqui apresentado tiveram duas fontes. As informações de caráter quantitativo foram obtidas junto ao NESP – Núcleo de Estudos Sócio-Antropológicos e Políticos – da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. As mesmas são frutos de pesquisas de intenção de voto realizadas nos meses de julho, agosto e setembro de 2004, feitas com eleitores do município de Itajaí, as quais foram realizadas tomando como referência as eleições municipais de outubro do mesmo ano. Os quadros e tabelas apresentadas ao longo deste capítulo foram, na sua totalidade, formuladas a partir das informações sistematizadas através dessas pesquisas. Contudo, as reflexões delas decorrentes e as conclusões tiradas dos dados nelas contidos são de nossa inteira responsabilidade.

Essas informações quantitativas foram combinadas com entrevistas em profundidade, com utilização de metodologia qualitativa, realizadas com 33 eleitores

do município de Itajaí, de diversos bairros, idades e perfis socioeconômicos<sup>28</sup>. Tais entrevistas tiveram como principal objetivo a obtenção de informações acerca das dimensões simbólicas, valorativas, ideológicas, avaliativas, culturais e de caráter subjetivo ligadas à determinação do voto desses eleitores. Questões como o conteúdo e o significado da avaliação de desempenho do governo e dos candidatos, identidade ideológico-partidária e percepção subjetiva do processo de disputa eleitoral também foram aspectos que se tornaram possíveis perceber através da investigação subjetiva das motivações e representações dos eleitores que influenciaram o voto nas eleições em questão, o que não poderia ser feito tomando-se apenas as pesquisas quantitativas.

As entrevistas acima mencionadas foram realizadas entre os meses de agosto e setembro de 2004 e tiveram duração média de duas horas e meia. Com permissão dos entrevistados, 9 (nove) delas foram gravadas. As outras 24 (vinte e quatro) não foram registradas a pedido dos informantes, os quais afirmavam, na sua maioria, que não se sentiriam à vontade tendo suas falas registradas, especialmente por elas se referirem a personalidades políticas que frequentemente eram criticadas pelos mesmos. Embora deixássemos bem claro que as entrevistas não teriam seus informantes identificados nem seriam disponibilizadas se não pelas citações feitas no texto deste trabalho, a desconfiança dos eleitores nem sempre pôde ser superada.

Embora pesquisas de caráter qualitativo, como a realizada nesta pesquisa, tenham sofrido críticas, especialmente pela dificuldade (se não impossibilidade) de generalização dos seus resultados, e sejam pouco comuns em trabalhos voltados ao estudo do comportamento eleitoral, a profundidade das informações conseguidas através delas foram decisivos para sua escolha como complemento aos dados quantitativos de que dispúnhamos.

Além disso, segundo nos mostra Thompson (2000), existem vários aspectos que justificam a utilização de pesquisas qualitativas, dentre os quais podemos destacar:

---

<sup>28</sup> Ver quadro anexo.

- i) A possibilidade de reconstruirmos os contextos – sociais, políticos, subjetivos, econômicos, familiares – nos quais os significados dos comportamentos (e das escolhas) foram produzidos;
- ii) A busca por elementos que possam nos revelar o processo e forma pelos quais os indivíduos expressam e interpretam tais significados e como lhe atribuem, ou não, maior ou menor importância;
- iii) O fornecimento de elementos, especialmente de ordem subjetiva, que nos permitem, enquanto pesquisadores, realizar um processo de reflexão teórica por meio da qual podemos construir nossa própria versão, interpretativa, sobre os fatos narrados.

Para o entendimento do significado, subjetivo, atribuído pelo eleitor a suas escolhas políticas, é, pois, fundamental a utilização de informações de caráter qualitativo para a ampliação da capacidade explicativa de nossas reflexões. Pois, como afirma Minayo (2000):

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas Ciências Sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (pág. 21-22).

Desse modo, embora reconheçamos os limites, especialmente no que se refere à generalização, da pesquisa qualitativa, ainda assim consideramos de fundamental importância sua utilização na busca por informações de natureza subjetiva, indispensáveis à busca por respostas à problemática levantada ao início deste trabalho.

Assim, na tentativa de entender a fundo o significado subjacente às escolhas eleitorais dos eleitores itajaienses, procuramos combinar os dados das pesquisas quantitativas realizadas pelo NESP com as informações de natureza qualitativa oriundas das entrevistas em profundidade mencionadas cima, em uma análise da

lógica, do significado e das motivações do voto desses eleitores à luz das principais teorias do comportamento eleitoral no Brasil.

Além deste breve preâmbulo metodológico, é importante ainda uma outra ressalva, essa de ordem teórico-conceitual. Embora tenhamos, na revisão bibliográfica da literatura internacional sobre o comportamento eleitoral, tratado dos pressupostos, do potencial e das críticas (limites) da Teoria da Escolha Racional, por falta – ou mesmo inexistência – de um conceito minimamente consensual sobre o que se poderia chamar de “comportamento racional”, devido principalmente à multiplicidade de significados que tal expressão possui nas diversas abordagens e nos diversos autores, tal conceito não será utilizado como categoria empírica situada entre as modalidades de comportamento real dos eleitores. Não queremos, com isso, afirmar que o comportamento racional, enquanto categoria de comportamento humano, não exista. Apenas assumimos tal postura em virtude de não haver um conceito padronizado para designar tal comportamento, e pelo fato de que não é nossa intenção, no presente trabalho, elaborá-lo.

Não trataremos, ao longo da análise que estamos iniciando, de um suposto “comportamento racional”, nem como modalidade explicativa do voto *per se*, nem como contraponto ao comportamento intuitivo (Silveira, 1998). O que buscamos é o entendimento do significado e do conteúdo do voto para o eleitor itajaiense a partir de informações que buscamos em nossas pesquisas, tendo como objetivo principal a compreensão de seu processo de constituição para o próprio eleitor, servindo-nos das teorias explicativas do voto produzidas no Brasil, sem partirmos de tipos puros no campo ideal para encontrarmos sua materialidade no mundo das escolhas e dos comportamentos empíricos. Portanto, o leitor não encontrará, em nossa análise, o “voto racional” como modalidade de comportamento eleitoral, não por que não acreditamos que ele exista enquanto tal, mas por que a justificação teórica necessária para sua utilização, especialmente em virtude da multiplicidade de significados que a ela tem sido atribuídos, exige um esforço reflexivo que não constitui objetivo deste trabalho.

Por isso, trataremos do comportamento consciente, politizado, de reflexividade objetiva feita pelo eleitor informado, entre outras expressões, as quais serão, sempre que utilizadas, conceptuadas ao leitor, como forma de nos referirmos ao comportamento político-eleitoral não exclusivamente pautado em elementos de ordem subjetiva e/ou moral tradicional. Assim, esperamos não cairmos despropositadamente em uma discussão cujo aprofundamento não é objetivo deste trabalho e que, sobre a qual, sabemos não possuir arcabouço teórico suficiente para uma análise aprofundada neste momento.

### ***3.2. O "Mundo da Política", a Cultura Política e o "Interesse" do Eleitor<sup>29</sup>.***

As considerações tornadas possíveis a partir das entrevistas realizadas com os eleitores apontam para a necessidade de uma análise ampla, capaz de contemplar especialmente as dimensões sociológica e psicossociológica do comportamento dos eleitores como condição necessária à compreensão da diversidade de significados e mecanismos envolvidos nas escolhas eleitorais.

Entre a população investigada, parece inegável a predominância de um eleitorado caracterizado por um certo "isolamento" em relação à política e aos políticos. Um eleitor que, a partir dos critérios da Ciência Política, apresenta baixos

---

<sup>29</sup> Uma vez mais, embora as reflexões aqui desenvolvidas abordem, de algum modo a dimensão do comportamento dos eleitores, ou seja, um suposto conteúdo racional de suas escolhas, não pretendemos, aqui, realizar uma reflexão aprofundada acerca da racionalidade enquanto categoria filosófica mais ampla, não apenas por que esse não constitui objetivo principal deste trabalho, mas também por que tanto o conjunto formado pelo ferramental teórico utilizado como ponto de partida para esta pesquisa quanto os dados por ela coletados, não nos dão condições suficientes para a realização de tal reflexão em nível mais aprofundado. Além disso, temos plena consciência de que se trata de um debate tão intenso e tão longe de qualquer tipo de opinião minimamente consensual, que preferimos, para não desvirtuar da proposta inicial deste trabalho, não nos envolvermos no mesmo mais do que nos permite nosso atual arcabouço teórico e analítico no que se refere às discussões acerca da racionalidade enquanto modalidade de comportamento humano. Contudo, claro, não podemos nos furtar à necessidade de realizarmos comentários preliminares acerca da "reflexividade" encontrada, através de nossas pesquisas, na base determinante do comportamento dos eleitores itajaienses. É, pois, isso que nos propomos, aqui, realizar.



níveis de “sofisticação política” e que, a não ser que seja entendido sob sua própria lógica de escolha eleitoral, parecerá, aos olhos do estudioso empenhado em decifrar os “códigos” de motivação que lhe determina tais escolhas, um ator pouco ideológico ou racionalmente orientado, no sentido atribuído a esses conceitos pela Teoria da Escolha Racional.

Em outros termos, parece tratar-se de um eleitor que possui seu próprio sistema de conceitos, critérios, significados e “lógicas”, especialmente no tocante ao mundo da política. Um eleitor que, embora não apresente um conjunto de ações que permitiriam identificá-lo como ideológico-racional, como apregoam, por exemplo, alguns teóricos da Escolha Racional, parece ser coerente com suas próprias crenças, com seu próprio sistema avaliativo e valorativo, com sua própria forma de perceber e de avaliar o mundo, a política e os políticos. Um eleitor, enfim, que é coerente não a partir da lógica das ideologias político-partidárias ou do sistema conceitual da Ciência Política e/ou da teoria democrática, mas de sua própria *cultura política*, que toma decisões dentro de um contexto de limite de informações e de capacidade interpretativa, no qual o mundo e os fenômenos (inclusive os de ordem política) são frequentemente dotados de significado emotivo e/ou subjetivo.

Enquanto expressão máxima do comportamento dos eleitores, a escolha eleitoral pode ser entendida como um mecanismo pelo qual este exterioriza a percepção e o entendimento que possui acerca do mundo propriamente político. Se bem que, numa perspectiva mais ampla, a decisão eleitoral pode também ser tomada como indicativo de uma escolha instrumental, não necessariamente “expressiva” de uma dimensão eminentemente subjetiva, diante de um conjunto específico de opções. Contudo, isso não elimina o fato de que, enquanto modalidade de ação humana, a escolha eleitoral reflete, ao menos em parte, o conjunto dos elementos que compõem a estrutura cognitiva e o sistema de crenças e valores do sujeito-eleitor em questão. Ou seja, mesmo que o eleitor não decida *apenas* a partir de seu referencial explicativo e valorativo diante do mundo, ele *não* pode deixar de considerá-lo para tomar suas decisões.

Desse modo, é, pois, de fundamental importância, para o entendimento desse processo de tomada de decisão, o deciframento não apenas do conteúdo que compõe o sistema cognitivo do eleitorado dito “popular”, mas, principalmente, das diversas formas como os elementos psicológicos e sócio-históricos desse conteúdo se organizam e se articulam, e as diversas combinações que podem apresentar.

Como os eleitores não apresentam uma identificação consistente com o “mundo da política” – ao contrário, se demonstram fortemente preocupados em desqualificá-lo e desprovê-lo de dignidade e legitimidade – resta-lhes o personalismo, associado a questões e avaliações conjunturais, como elemento de grande importância no processo de escolha eleitoral, prevalecendo sobre outros critérios como, por exemplo, a identificação partidária.

Aqui parece se tratar de elementos que confirmam, em grande medida, a tese de Baquero (1997), segundo a qual estaria havendo um processo de pragmatização do voto por parte dos eleitores, os quais estariam cada vez mais fazendo suas escolhas eleitorais em função de questões de ordem prática e pragmática, como eficiência dos governos e opção pela continuidade de estratégias e modelos de gestão. Ou seja, os eleitores estariam escolhendo seus candidatos em função do conteúdo da avaliação que fazem da situação socioeconômica em que vivem de modo geral, frequentemente optando pela continuidade de situações e realidades que julgam ser relativamente satisfatórias.

O mesmo distanciamento que grande parte desses eleitores manifesta em relação à política e aos políticos é percebido em relação à forma como esses eleitores percebem os efeitos das ações dos governantes. Eles não apenas percebem os políticos como pessoas distantes do seu “mundo cotidiano”, mas também apresentam dificuldades para perceber a relação que as ações desses governantes possuem sobre suas vidas, especialmente na sua dimensão coletiva (social)<sup>30</sup>. Esses sentimentos acabam se influenciando simultaneamente – quanto menos o eleitor se envolve com o “mundo da política”, menos consegue perceber as formas pelas quais

---

<sup>30</sup> Como já argumentamos anteriormente, essa percepção, quando existente, se dá muito mais em função de benefícios (“ganhos”) pessoais e/ou familiares.

a política exerce influência sobre sua vida, e quanto menos ele percebe essas influências, menos tem motivação para envolver-se com o “mundo da política” – fazendo desse processo uma espécie de “bola de neve” e afastando cada vez mais o eleitor do “mundo da política”.

Quanto mais o eleitor tem dificuldades para perceber as influências das decisões políticas na sua vida cotidiana, mais propenso ele será a não manifestar interesse pela política. E quanto maior for o seu desinteresse pela política, maior será sua dificuldade para perceber a relação entre a política – institucional – e a sua vida privada. Com isso, quem perde é a democracia enquanto modelo político e enquanto referencial de ação. É a isso que se refere Moisés (1995) quando afirma que uma institucionalidade democrática não é suficiente para tornar um país democrático se não estiver associada a uma cultura igualmente democrática<sup>31</sup>.

O descrédito em relação à política e o distanciamento que o eleitor estabelece entre ele mesmo e o “mundo da política” acabam se tornando grandes desmotivadores da participação política. As referências que este eleitor tem da política são marcadamente negativas, como a obrigatoriedade do voto (o qual frequentemente também é visto como inútil porque não resolve seus problemas), a corrupção no meio político e a falta de honestidade dos políticos. (Mais uma vez a obra de Baquero (1997) aparece como importante elemento de compreensão deste fenômeno).

Além de uma identificação de cunho personalista, com este ou aquele candidato, os eleitores frequentemente apresentam também pouco ou nenhum grau de interesse, informação ou envolvimento mais direto com o processo político. Isso tudo está fortemente associado a um marcante ceticismo em relação à política e aos políticos de modo generalizado. Parcela significativa dos eleitores diz não acreditar que a política seja algo digno de respeito e admiração, assim como não o são os agentes a ela relacionados, quais sejam, os políticos. Acreditam que o “mundo da

---

<sup>31</sup> Embora haja trabalhos que tentam amenizar a importância dessa abordagem culturalista nos estudos da democracia, dando corpo a um importante debate dentro do campo da Ciência Política sobre o tema, nos parece importante a ressalva acerca da significativa influência dos elementos de ordem cultural sobre a institucionalidade dos regimes democráticos.

política" é um mundo de corrupção, de "sujeira", um mundo "das pilantragens", "das falcatruas", "dos negócios sujos", além de freqüentemente afirmarem que os políticos "são todos iguais", pois:

Para fazer parte da política tem que jogar o jogo da política, se não acaba se dando mal e não faz nada. Quem não entra no esquema não consegue crescer na política. Quem está aí hoje em dia [faz parte do cenário político-eleitoral] é por que aprendeu a fazer o jogo da política (Informante de 47 anos, 4ª série, soldador).

Portanto,

O cara pode até ser legal, ter boas intenções. Pode até ser um cara decente. Mas não adianta, por que depois que entra [se elege] vai ser obrigado a fazer o jogo dos outros que mandam na política o tempo inteiro. E se ele não fizer, não consegue "se criar". Vai ser perseguido e não vai conseguir fazer nada, não vai conseguir colocar suas idéias em prática por que não vai ter apoio nenhum (...) Por isso, a gente tem que votar na pessoa que a gente acha melhor, por que pelo menos ele não vai ser tão controlado assim (Informante de 32 anos, 5ª série, costureira).

Como se pode notar, o ceticismo e a desconfiança em relação às estruturas ligadas ao "mundo da política" levam o eleitor a optar pelas pessoas envolvidas no processo de disputa eleitoral muito mais do que pelos partidos e suas ideologias. Como conseqüência, esse eleitor procura se distanciar da "política", por ele concebida como algo "sujo", condenável, pouco se preocupando em adquirir informações acerca dos partidos e/ou das estruturas propriamente políticas. Com isso, os elementos mais importantes aos quais esse eleitor atribui importância na hora de decidir seu voto são as informações acerca dos candidatos envolvidos na disputa enquanto agentes individuais.

Desse modo, percebe-se a importância que assume a imagem (pessoal) que os candidatos conseguem difundir junto aos eleitores (CASTRO, 1994). O candidato, e não o partido, é visto como agente capaz de levar "um pouquinho que seja de decência e de moral para dentro da política" (Informante de 59 anos, 3ª série primária, dona de casa).

A “política” é vista (e descrita) como uma espécie de mundo paralelo, impregnado de corrupção e imoralidade, para o qual vão os “políticos” eleitos em cada eleição. Estes, constantemente tentados pelas impurezas da “política”, serão tão mais positivamente avaliados quanto menos se deixarem cooptar pelas “indecências” desse mundo.

É interessante notar que os eleitores freqüentemente mencionam o fato de serem “obrigados a votar”. O voto dificilmente é entendido como um mecanismo de exercício da cidadania ou uma conquista democrática<sup>32</sup>. Antes, é associado a uma imposição do “mundo da política”. Assim, sendo uma imposição da qual os eleitores não podem “fugir”, o importante passa a ser a minimização dos custos do ato de votar. Ou seja, grande parte dos eleitores não está disposta a dedicar muito tempo e esforço para se informar sobre os partidos e/ou as ideologias e linhas filosóficas e programáticas dos partidos para decidir seu voto tomando-os como referência, pois isso, além de implicar em custos para o eleitor que geralmente são maiores que os benefícios percebidos, seria envolver-se com o mundo indigno da política<sup>33</sup>. Ao contrário, preocupam-se em buscar, entre os candidatos envolvidos na disputa, aquele cuja imagem mais se aproxima do conjunto de *coisas boas para um político ter* retido em seu universo simbólico (SILVEIRA, 1998).

---

<sup>32</sup> Se bem que esta é, sem dúvida uma discussão bastante delicada. Não faltam, por exemplo, autores que discutam a obrigatoriedade do voto como contradição de alguns sistemas democráticos, utilizando-se, inclusive, de clássicas discussões – filosóficas, na sua maioria – acerca da distinção entre a natureza dos direitos e dos deveres. Assim, os direitos, de modo talvez demasiado genérico, se constituiriam da liberdade que os indivíduos têm para fazerem coisas que lhes dêem prazer ou lhes propiciem benefício, ao passo que os deveres seriam aquelas obrigações que só são obrigações justamente por que sua execução implica em sacrifício e desprazer por parte de quem a pratica. Ora, desse modo, o voto, enquanto mecanismo de promoção e exercício da cidadania, não pode ser, ao mesmo tempo, um direito, enquanto conquista política, e um dever, enquanto obrigatoriedade que põe os que não o praticam em sujeição de sancionamento. Portanto, o fato de o eleitor apontar como negatividade a obrigatoriedade do voto em detrimento de percebê-lo como “conquista” política não é, de modo algum, suficiente para acusá-lo, por exemplo, de alienação.

<sup>33</sup> Além disso, há ainda uma grande discussão, no campo da Ciência Política, acerca do custo que possui o processo de aquisição de informações necessárias à escolha eleitoral “racional”. Como a política não está entre as coisas às quais os cidadãos atribuem maior importância, a motivação e a disposição para buscar informações a ela relacionadas também assumem papel secundário, podendo ser, inclusive, adquiridas através de mecanismos não objetivos como a intuição, ou mesmo através da opinião de parentes e amigos, por exemplo, que tornaria o processo mais barato ao eleitor. Essa discussão será retomada mais adiante.

Isso é possível por que os candidatos frequentemente são percebidos como concorrentes ao “mundo da política”, mas ainda, de certo modo, externos a ele. É por isso que, muito embora os políticos sejam “todos iguais”, enquanto candidatos eles ainda são conceituados por suas trajetórias sociais, familiares, profissionais. É como se no momento da campanha a fronteira entre o “mundo da política” e o mundo das pessoas comuns, do cotidiano, se atenuasse.

Contudo, é preciso fazer aqui duas relativizações. Primeiro, é necessária uma observação acerca das candidaturas de “políticos” que já possuem histórico de atuação no “mundo da política”, como aqueles que já ocuparam cargos em períodos passados ou mesmo os que buscam a reeleição. É claro que essa história política é considerada no processo de escolha do eleitor. Contudo, como pretendemos demonstrar ao longo deste trabalho, essa avaliação (administrativa, por exemplo), no caso do eleitor itajaiense, é freqüentemente feita a partir de categorias referentes à sua trajetória pessoal e, principalmente, moral.

Trata-se de algo próximo do que afirma Silveira (1998), ao demonstrar que os bons governos são geralmente atribuídos à decência e à honestidade de seus executores, assim como são atribuídas a políticos corruptos e desonestos as gestões negativamente avaliadas. Ou seja, um governo corrupto é, em geral, fruto de governantes corruptos. Como se vê, elementos de caráter pessoal – e personalista – ainda continuam sendo decisivos motivadores dos processos de escolha. Em outros termos, a avaliação de governo não elimina a dimensão pessoal, e de valorização da imagem dos candidatos, da escolha.

Em segundo lugar, é preciso mencionar a existência de eleitores, em significativo número, que tem uma postura mais pragmática em relação a candidatos que já exerceram mandatos políticos. É o caso do eleitor que valoriza o chamado político que “rouba, mas faz”, dando mais importância, para a definição das suas escolhas eleitorais, à capacidade de fazer obras dos candidatos, como estradas, por exemplo, que podem, inclusive, também ser utilizadas pelos pobres.

No caso dos eleitores de Itajaí, foi possível perceber uma certa predominância, no processo de definição de voto, por escolhas por candidatos que esses eleitores

acreditavam ser capazes de levar “um pouco de honestidade para dentro da política” (Informante de 59 anos, 3ª série primária, dona de casa). Categorias como honestidade, bondade, moral e princípios aparecem como uma espécie de escudo que os candidatos – “políticos” – possuem, ou não, para se defenderem da *natureza corrupta* do “mundo da política”.

Ora, desse modo é perfeitamente compreensível o acentuado personalismo presente nas decisões dos eleitores, pois estes votam de acordo com sua própria forma de entender e explicar a política e tudo o que a ela se relaciona. É nesse sentido que parece oportuna a observação de que as crenças que os eleitores possuem acerca do “mundo da política” organizam e estruturam seus pressupostos sobre a “realidade política”. Em outros termos, o conjunto das crenças dos eleitores influencia não apenas aquilo que eles querem que aconteça, mas determina ainda o que eles efetivamente acreditam acontecer.

É, pois, a esperança que irá compor, juntamente com outros elementos de ordem avaliativa acerca da capacidade e da moralidade dos candidatos, o conjunto de categorias determinantes das escolhas eleitorais. Esperança esta que se refere ao desejo de encontrar, entre os candidatos “disponíveis”, algum que simbolize a possibilidade de levar um pouco de moralidade e de honestidade ao profano “mundo da política”.

Essa esperança do eleitor em um candidato que possa levar honestidade e moralidade ao “Mundo da Política” não é uma esperança estritamente utópica. Ou seja, embora haja, segundo os eleitores, uma tendência à dominação, por parte desse mundo, dos candidatos quando eleitos, não são assim tão raros os casos de exceções, caracterizadas por políticos que, mesmo depois de ingressarem em tal mundo, conseguem manter, ao menos em parte, a identidade positivamente avaliada, que possuíam antes da eleição.

É o caso, de certa forma, do prefeito Jandir Belline, eleito por dois mandatos em Itajaí, cujo governo se encerrou em 31 de dezembro de 2004. Embora grande parte de sua equipe de governo, inclusive o candidato da situação que era Chefe de Gabinete durante seu mandato, João Macagnã, fosse mal avaliada pela população,

comprometendo inclusive a avaliação geral do governo, a pessoa do prefeito Belline mantinha significativa imunidade em relação às mazelas tão típicas do “Mundo da Política”. Eram muito comuns opiniões que avaliavam o prefeito Belline como um “homem muito bom”, “um político digno e competente, que se preocupa com o povo”, “uma pessoa de um coração imenso e bondoso”. Ou seja, opiniões que tomam como foco de análise a imagem pessoal do então prefeito<sup>34</sup>.

Como se pode notar, trata-se de um caso de político que, na opinião do eleitor, conseguiu se manter imune às mazelas da política, mantendo seu caráter depois de eleito. Mesmo por que, se isso não fosse algo possível, seria difícil imaginar que os eleitores, especialmente os de maior idade, continuassem a ter motivos para não anularem seus votos, votando apenas para evitarem as sanções decorrentes da abstenção. Isso por que se absolutamente todos os candidatos fossem irremediavelmente contagiados pelas imoralidades e mazelas do “Mundo da Política”, não haveria outra possibilidade que não a sistemática decepção dos eleitores, eleição após eleição. Os eleitores votariam já certos de que suas escolhas não teriam efeito algum, visto que seus candidatos, mesmo que fossem “bons” não continuariam a sê-lo depois de eleito.

Portanto, essa esperança é alimentada pela existência, real ou imaginária, de políticos que, na opinião dos eleitores, possuem a capacidade de dignificar o “Mundo da Política”, fazendo das eleições também uma oportunidade de escolher os candidatos que se acredita terem tal capacidade, a qual poderá ser percebida ao longo do governo. Ou seja, a imagem de honestidade e moralidade pode ser construída ou promovida por todos, mas a atuação junto ao “Mundo da Política” é que vai revelar a capacidade de mantê-las. Assim, o mandato de “político” serve também como uma espécie de “prova de fogo”, na qual passam apenas os que conseguem sobreviver a esse mundo sem ser corrompidos por ele, o que pode ser um elemento importantíssimo na determinação das futuras escolhas dos eleitores, os quais podem recompensar os políticos que “passarem na prova” dando-lhes mais um mandato.

---

<sup>34</sup> Essa discussão será retomada mais adiante, em item específico sobre o tema.



Essa imagem que o eleitor faz do “Mundo da Política” também está fortemente associada ao sentimento de desinteresse e desencanto com a política que é muito freqüente entre esses mesmos eleitores. Claro que existe uma significativa parcela da população que apresenta interesse direto para com a política, especialmente no caso de o indivíduo possuir ou pleitear algum benefício direto, como um cargo público ou uma obra específica em seu bairro ou sua rua. O desencanto e o desinteresse aos quais nos referimos acima, de modo geral, são encontrados naqueles eleitores que não tem envolvimento direto com a política institucional e que não apresentam capacidade de percepção concreta de benefícios oriundos da atuação dos órgãos governamentais.

Grande parte desse desinteresse dos cidadãos pela política parece estar relacionado às condições socioeconômicas e culturais mais amplas, especialmente no que se refere à desigualdade entre os diferentes segmentos sociais, conforme analisa Castro (1994):

A razão está, provavelmente, no grau de desigualdade social do país, que pode ser avaliado pela desproporção existente entre dois papéis clássicos do cidadão, o de eleitor e o de contribuinte: em quase 95 milhões de eleitores com direito de votar nas eleições de 1994, somente cerca de 7 milhões ganham o suficiente para contribuir com o imposto de renda (p. 211).

Já na perspectiva adotada por Moisés (1995), um dos argumentos centrais é de que o sistema democrático do nosso país apresenta uma série de vícios que são, em última instância, herança de nosso passado autoritário. Isso, associado a altos índices de ineficiência política apresentados pelos governantes, constitui forte elemento de estímulo ao desencanto com a democracia enquanto valor político, além de criar uma situação que poderíamos chamar de *alienação em relação aos processos políticos e eleitorais em geral*<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> Embora a perspectiva geral adotada por Moisés seja relativamente otimista, tendo em vista que ele acredita no desenvolvimento de uma nova cultura política mais favorável à democracia. Contudo, embora apresente tal otimismo em sua obra, Moisés também analisa as condições históricas que possibilitaram o desenvolvimento da cultura política que temos hoje no Brasil, a qual, embora tenha apresentado indícios de amadurecimento democrático, ainda possui significativas limitações nesse sentido.

Segundo Baquero (1996), não houve no Brasil um sistema de socialização política que possibilitasse a internalização de um sistema democrático, como aconteceu em outros países. O que é internalizado pela população, isso sim, são valores de cunho clientelista, determinados pela longa história de práticas dessa natureza presentes na história brasileira. Isso tem pelo menos duas conseqüências: *a)* o cidadão comum percebe os grupos dirigentes – “os políticos” – como distantes, inacessíveis, atribuindo a eles a responsabilidade por tudo o que lhe acontece; e *b)* acaba por construir uma representação coletiva pautada em um desencanto generalizado com a democracia e com o sistema político.

A oposição entre o “mundo da política” e o mundo do cotidiano ou do “não político” não é um processo que deve ser entendido apenas a partir de si mesmo. Ela reflete, em certa medida, a clássica oposição entre o público e o privado. Assim, o “mundo da política” é o mundo das coisas públicas, o qual, por sua vez, é geralmente associado – e reduzido – ao que é governamental. Por outro lado, o mundo do cotidiano é o contexto onde estão as relações sociais de caráter privado, onde estão os indivíduos a lutar pela sua sobrevivência. Dificilmente os eleitores são capazes de estabelecer uma relação, de interdependência, entre esses dois mundos, freqüentemente vistos como opostos. Isso pode inclusive ser percebido na análise que os eleitores fazem para avaliar o governo (prefeito), onde são levados em consideração feitos que tenham impacto sobre a vida privada dos indivíduos, como a pavimentação de sua rua e o recebimento de cestas básicas que irão “beneficiar” a sua família.

É algo muito próximo das reflexões de Da Matta (1981). Este autor trabalha de forma brilhante com a dicotomia entre a casa e a rua com semelhante propósito reflexivo. A casa é o lugar do privado e, por conseqüência, do que é considerado “bom”, pois está associado ao mundo da família, dos amigos, da moral, do que é certo e digno, do que é seguro e proporciona conforto. A rua – o público – no nosso caso o político, é o espaço das injustiças, das malandragens, do jeitinho, do imoral, do perigoso, do “sujo”, do indigno, do inseguro.

A rua, o espaço público, é sempre um espaço onde não se pode confiar nos "outros", onde corremos riscos, onde embora seja necessário circularmos e trabalharmos para podermos sobreviver, não é um lugar próprio para vivermos e estabelecermos relações sociais confiáveis. Em oposição, a casa e o espaço doméstico – o espaço privado – é onde encontramos a tranquilidade e a confiança que não existe na rua, onde nos sentimos seguros e onde as relações sociais são dignas e confiáveis.

Martins (2001) trabalha também com essa oposição, em uma análise muito rica do conteúdo da dicotomia entre o espaço da rua e o espaço familiar, da casa, através da análise dos sonhos de um grupo de pessoas investigadas. Também nos sonhos, expressão simbólica do inconsciente humano, a rua aparece geralmente como espaço socialmente perigoso, ameaçador, em oposição ao espaço da casa, onde são encontradas a segurança e a tranquilidade para acalmar os medos movidos pelo convívio social. Assim, é freqüente a incidência de sonhos nos quais as pessoas são perseguidas por personagens ameaçadores e correm desesperadamente, em ruas que nunca chegam a lugar nenhum, sempre em busca da casa familiar (geralmente paterna), onde esperam alcançar segurança. Ou ainda, são também comuns sonhos em que os indivíduos são tomados por um medo quase aterrorizante de saírem de casa, para estudar ou viajar, por exemplo, em virtude da ameaça que representa o mundo da rua, geralmente projetado no sonho como um mundo povoado por criaturas ameaçadoras que constantemente procuram "agarrar" o sujeito que sonha.

Como se vê, essa oposição entre o "mundo da rua" e o "mundo da casa" reflete uma estrutura cognitiva e simbólica muito próxima da oposição entre o "mundo do público" e o "mundo do privado", ou seja, entre o "mundo da política" e o "mundo do cotidiano" – familiar – dos indivíduos/eleitores. Transformadas em estruturas de pensamento e referencial de avaliação do mundo que compõem a estrutura cognitiva e simbólica socialmente compartilhada, esses elementos servem para o eleitor como modelo de análise e avaliação dos partidos e dos candidatos,

especialmente na medida em que estes últimos são associados, em maior ou menor intensidade, a um desses dois "mundos".

Como se nota, parece haver um processo de determinação recíproca entre a cultura política e as estruturas políticas em nosso sistema democrático. Ao mesmo tempo em que é influenciada pelos acontecimentos e pelo funcionamento geral do "Mundo da Política" e das instituições políticas, a cultura política também influencia este funcionamento, na medida em que fornece o elemento legitimador de suas práticas: a crença do eleitor. Ou seja, o que chamamos de cultura política pode ser causa determinante do sistema político e dele uma consequência.

Somos fortemente levados a acreditar, desse modo, que a consciência que os indivíduos possuem do mundo é fortemente influenciada pelo contexto sociopolítico no qual esse indivíduo está inserido. E é essa consciência que determinará as escolhas, inclusive aquelas ligadas ao "mundo da política". Assim, se há uma lógica que rege o comportamento eleitoral desses indivíduos, esta deve ser compreendida a partir dos elementos cognitivos e das informações que o mesmo recebeu ao longo da vida e das quais se utiliza para formular, organizar, explicar e justificar suas opiniões políticas. Em outros termos, a "coerência" do comportamento eleitoral deve ser entendida tomando-se como base de análise a estrutura cognitiva e o universo valorativo do eleitor sobre o qual se pretende produzir tais explicações. Ou seja, o eleitor será sim coerente em suas escolhas eleitorais, desde que possamos entendê-lo a partir de seu próprio contexto, de seu próprio universo cognitivo e de suas próprias "verdades" acerca da política.

Ora, o que parece ficar bastante evidente é que as escolhas feitas pelos eleitores dentro do quadro de disputa eleitoral refletem, externalizam, manifestam a "lógica" pela qual este organiza e entende o mundo – político – do qual faz parte. Ou seja, se há uma racionalidade no comportamento do eleitor "médio", esta está diretamente ligada à "consciência de mundo" desses eleitores. Portanto, se o universo simbólico e cognitivo desses eleitores é mais influenciado por valores, emoções, intuição, gostos, é claro que suas escolhas tenderão a ser feitas como reflexo de tais elementos, combinados de diversas formas.

Portanto, não se trata apenas de um eleitor que decide a partir de questões como imagem do candidato, gosto, intuição, mas de um processo político construído, no seu conjunto, em torno desses elementos. Como salienta Silveira (1998), esse comportamento não é fruto apenas de mudanças comportamentais, mas também políticas e tecnológicas recentes. Nem mesmo é algo exclusivo do Brasil. Trata-se de um fenômeno cuja ocorrência tem se tornado cada vez mais notável na América Latina em geral (BAQUERO, 1996), associado à personalização da política, ao enfraquecimento dos partidos enquanto instituições aglutinadoras de identidades e representativas dos interesses de segmentos específicos da população, e ao crescimento da importância dada a questões conjunturais e simbólicas envolvidas em cada disputa eleitoral.

Aqui é importante nos determos um pouco na reflexão acerca do papel exercido pelas tecnologias recentes, utilizadas nas campanhas eleitorais, especialmente aquelas relacionadas ao marketing político e eleitoral, e a utilização da mídia. É preciso tomar cuidado, contudo, para não cairmos em uma armadilha argumentativa por nós mesmos criada, qual seja, a de entrarmos num processo de raciocínio cíclico de mesma ordem que a clássica história acerca da origem do ovo e da galinha<sup>36</sup>. Em outras palavras, o que queremos dizer não é que a “culpa” pelo comportamento dos eleitores seja unicamente das estruturas sócio-históricas da qual ele faz parte, mas que é preciso entender a influência que estas exercem sobre aquele. Se não é suficiente afirmar que o marketing político enfatiza características pessoais dos candidatos por que os eleitores dão mais valor a elas do que a questões de ordem ideológica e partidária, tampouco se resolveria a questão dizendo que os eleitores escolhem pela imagem dos candidatos por que é a única informação a qual

---

<sup>36</sup> Esta questão será retomada mais adiante, em seção específica. Por ora, é importante ressaltar que tão ou mais importante que o conteúdo das informações vinculadas durante as campanhas, tanto pelos candidatos quanto pela mídia de modo geral, é o uso que o eleitor faz desse conteúdo. Ou seja, é preciso investigar até que ponto esse eleitor-receptor de informações é um eleitor “interpretante” capaz de utilizar-se das informações para realizar um processo de reflexividade que lhe permita tomar decisões “lógicas”, para mencionarmos a reflexão realizada por Porto (2002).

têm acesso através da campanha eleitoral<sup>37</sup>. Parece-nos que o fundamental é entendermos que ambos os agentes envolvidos no processo político-eleitoral são historicamente influenciados pela cultura – especialmente a cultura política – da qual compartilham.

Se estamos tratando de um eleitor que pouco ou nada procura se informar sobre o “mundo da política”, concebendo o mesmo como algo exterior ao seu universo cotidiano, indigno e propício apenas aos “adaptados” a sua dinâmica de funcionamento, as campanhas eleitorais adquirem enorme importância na medida em que, se não são o único, são pelo menos o mais importante meio de aquisição de informações sobre a política e sobre os candidatos de que o eleitor dispõe. Assim sendo, muito embora as estratégias de marketing procurem sempre “se adequar” aos “temas da moda”, elas serão sempre determinantes na composição do conjunto de informações que o eleitor tomará como referência para suas escolhas na hora de votar. Desse modo, se os temas debatidos nas campanhas eleitorais forem temas ligados à imagem dos candidatos, suas realizações, sua experiência (ou falta dela), seus valores, sua história familiar, sua moralidade, etc. é de se esperar que o eleitor decida, e justifique sua escolha, também pautado nessas questões.

O que percebemos, em nossas pesquisas, é que de modo geral, o eleitor itajaiense não demonstra interesse relevante em se informar ou acompanhar os acontecimentos ligados ao “mundo da política” em períodos que não sejam aqueles especificamente relacionados às eleições. É apenas durante a campanha que ele irá articular as informações contidas em sua memória política – especialmente sobre outras eleições e sobre aspectos ligados ao governo em exercício – com as informações divulgadas e “utilizadas” nas campanhas eleitorais. Assim, o que tem grande peso nas escolhas eleitorais são questões levantadas durante a disputa entre

---

<sup>37</sup> É preciso registrar que não pretendemos, com esse raciocínio, afirmar que a imagem do candidato é o único elemento considerado pelo eleitor na hora de fazer suas escolhas eleitorais. O que queremos realizar é uma reflexão acerca de como se dá a influência da imagem dos candidatos para aqueles eleitores que a tomam como categoria importante para definir seu voto. Até por que, a mesma reflexão lógica pode ser realizada para aqueles eleitores que escolhem em função da avaliação de desempenho dos governos e/ou candidatos, por exemplo. Assim, a questão seria, pois, saber se os

os candidatos. Se, pois, essas informações estiverem concentradas sobre questões mais pessoais do que ideológico-partidárias, o eleitor tende a apresentar um voto mais pautado em elementos de caráter subjetivista ou valorativo que de reflexividade objetiva<sup>38</sup>.

Em nossa pesquisa, freqüentemente encontramos elementos que nos levaram a pensar a relação entre a história política do Brasil, de modo geral, e a cultura política do eleitorado investigado, especialmente no que se refere ao desencanto com a política. É aqui que nos parece importante, uma vez mais, a análise feita por Moisés (1992). O autor argumenta que esse desencanto com a política foi gradativamente tomando o lugar do otimismo inicial que os brasileiros tinham em relação à democracia, não como um mero acaso, mas como conseqüência da incapacidade dos sucessivos governos em realizar as mudanças esperadas para resolver os velhos problemas do país, como a pobreza, as desigualdades sociais, o desemprego e tantos outros. Assim, a frustração com a demora – ou mesmo incapacidade – do sistema político como um todo, para apresentar resultados significativos, acabaram por corroer a legitimidade das instituições democráticas.

Ora, a suposta contradição ou incoerência no comportamento do eleitor pode, no fundo, estar refletindo as contradições existentes no bojo do próprio sistema político brasileiro como um todo. A falta de lógica política pode não ser expressão de uma escolha política “não-racional”, mas resultado da utilização, por parte do eleitor, do conjunto de ferramentas – políticas – que lhe estão disponíveis.

Com isso, podemos fazer algumas observações à análise de Silveira (1998). Em sentido mais ou menos oposto ao argumento defendido por este autor, poderíamos dizer que não é contraditório o comportamento do eleitorado das camadas populares. Isso por que nos parece mais produtiva a adoção de uma

---

eleitores dão importância às realizações dos governos por que estes – e os candidatos – procuram divulgá-las, ou estes as divulgam por que os eleitores as consideram importantes?

<sup>38</sup> Feita a partir da articulação de informações objetivas acerca dos governos e candidatos, pouco influenciada por questões de ordem unicamente moral ou valorativa, capaz de conter minimamente características que permitam lhe considerar um comportamento relativamente lógico, especialmente quando cruzados o comportamento (escolha do eleitor) com os argumentos por ele apresentados para justificá-lo.

perspectiva um pouco mais relativista no que se refere aos critérios da “avaliação” do comportamento do eleitor. Até por que, como nos mostra a reflexão de Sartori (1997), apesar de, em princípio, o comportamento político ser considerado um comportamento não moral – em função do campo que se atribui ao sistema político – é preciso que nos indaguemos sobre qual é o sentido atribuído ao sistema político pelo eleitor. Sartori (idem) alerta para o fato de que é no plano das idéias que reside uma das principais contradições da democracia. “Idéias erradas sobre democracia fazem a democracia dar errado” (idem: 17). Portanto, é preciso considerar a idéia que os eleitores fazem da democracia. É preciso analisar o eleitor não a partir do politicamente desejável, mas a partir das condições reais dentro das quais ele se constitui enquanto ator político.

Como se vê, pode-se contestar algumas conclusões tiradas por Silveira (1998), tomando-se como referência seus próprios dados. Isso por que aquilo que é pelo autor compreendido como incoerência, pode adquirir sentido se mudarmos nosso referencial de análise, pois, como ele afirma,

A política não é vista como estruturada por regras e organizada através de instituições que condicionam comportamentos individuais e coletivos, mas como resultante das disputas entre pessoas que são, por essência, boas ou ruins. São vistos como responsáveis pelos problemas econômicos, políticos e morais existentes no país, não os processos, mecanismos, regras estabelecidas e estruturas formadas, mas as pessoas, os governantes. (...) O eleitor busca identificar o bom político a partir da imagem de político ideal que ele desenhou no seu quadro de referência valorativa e simbólica (SILVEIRA, 1998: 153).

Ora, se a política não é vista como “estruturada por regras e organizada através de instituições que condicionam comportamentos individuais e coletivos”, então não podemos “condenar” o eleitor por suas escolhas não terem sido feitas através de cálculo realizado tomando como referência este modelo. Se o eleitor entende muito mais a política como “resultante das disputas entre pessoas que são, por essência, boas ou ruins”, é, pois, coerente que o eleitor faça suas escolhas avaliando as *pessoas* que pleiteiam merecer seu voto. É preciso tomar como ponto



de partida para análise o conjunto de elementos e variáveis assumidos pelo eleitor como referencial para suas próprias ações, pois só assim será possível perceber a coerência existente internamente a suas escolhas manifestas. Se, pois, os eleitores são personalistas e frequentemente mais emotivos que "racionais", tomando essas categorias como referência para suas ações, é a partir delas que se deve realizar o processo de busca pela existência ou não de coerência em seu comportamento político-eleitoral.

De modo geral, os eleitores apresentam pouca motivação para a política. Envolver-se "na política" é, inclusive, percebido como algo negativo, principalmente pelas "conseqüências" que pode trazer ao eleitor.

Além de não ganhar nada com a política, a gente ainda corre o risco de 'se queimar' com os vizinhos, os amigos ou até no trabalho. Não vale a pena (...) Tem gente que vai, 'mete a cara', faz campanha e tudo mais. Aí, depois que a eleição acaba, não ganha nada e ainda perdeu um monte de amizades. Não adianta se envolver, por que no fundo a gente só ajuda eles [os políticos] e depois eles não lembram de ninguém, só deles mesmos (...) Por isso, o máximo que eu faço é dar a minha sugestão para o pessoal lá de casa, mas de jeito nenhum eu dou a minha 'cara' para bater na política (Eleitora de 62 anos, 2ª série primária, aposentada).

Note-se que não se trata de um desinteresse absoluto por tudo o que diz respeito à política enquanto dimensão institucional. Até por que, a eleitora citada, embora avalie que "não vale a pena" se envolver, visto que os custos sociais não são compensados pelas possibilidades de ganhos, ainda assim dá sua sugestão "para o pessoal lá de casa". Mas, como já argumentamos anteriormente, trata-se de um comportamento minimizante, no sentido em que o eleitor participa por ser obrigado a fazê-lo (votar), de tal modo que escolhe, então, o candidato que lhe parece mais adequado, mas sem se preocupar em buscar informações detalhadas, se limitando a escolher em função de suas opiniões que são formuladas levando em consideração, no máximo, algumas informações disponibilizadas pelos próprios candidatos e partidos durante a campanha eleitoral.

Poderia se argumentar que esse desencantamento do eleitor com a política e os políticos deveria produzir resultados eleitorais com alto nível de renovação dos políticos eleitos, o que não se verifica empiricamente. Mas, é preciso dizer que o desencanto com o “Mundo da Política” não é algo que tem seu oposto no contexto da disputa eleitoral. Ou seja, o fato de os eleitores buscarem entre os candidatos um que seja capaz de levar um pouco de honestidade para o “Mundo da Política” não significa nem que absolutamente todos os políticos que estão nesse mundo tenham sido corrompidos, nem que seja fácil encontrar, entre os candidatos, alguém que se encaixe no perfil. Ora, o fato de o eleitor procurar alguém “digno” entre os candidatos envolvidos na disputa não quer dizer, necessariamente, que vai encontrá-lo, do mesmo modo que não significa que dentre os atuais governantes não exista algum que tenha, na opinião do eleitor, conseguido demonstrar capacidade de se manter digno durante o exercício de seu mandato. Assim, esse eleitor pode concluir que é mais conveniente manter um determinado político no seu cargo por julgar que os pretendentes ao cargo não seriam melhores que ele<sup>39</sup>.

Percebe-se que “a política” é entendida como algo que se restringe ao “tempo da política”. É apenas no “tempo da política” que o eleitor vê a possibilidade – ou necessidade – de se envolver na política. Isso por que política, na concepção deste eleitor, se restringe à disputa eleitoral. É no período da campanha eleitoral que o eleitor vê uma forma de interseção entre o seu mundo, o do cotidiano, e o “mundo da política”, sendo este último algo um tanto quanto “externo”, abstrato, distante.

Além disso, em se tratando especialmente da política em nível local, é percebida como algo que pode ou não trazer benefícios de caráter individual. Ou seja, os indivíduos é que podem ou não ser – geralmente acreditam não ser – recompensados pelo *trabalho* que executam no período eleitoral. O fato de poder existir algum candidato capaz de apresentar uma proposta de governo que possa proporcionar benefícios para a coletividade dos cidadãos dificilmente é levado em consideração. E se é levado em consideração, não é tomado como algo de grande

---

<sup>39</sup> Veja que, mais uma vez, se trata de um comportamento dotado de coerência por parte do eleitor, embora não se trate, necessariamente, de um processo de avaliação ideológica.

importância. O que realmente interessa é a possibilidade – ou não – de ganho individual, ou seja, privado, em detrimento de benefícios coletivos. Assim, o que remete ao mundo privado é que “vale a pena” ser levado em consideração, que merece ser ponderado no processo de escolha.

Esse dado é duplamente significativo. Além de nos fornecer informação importante acerca dos processos que configuram a escolha dos eleitores, também se constitui como elemento importante ao entendimento da separação entre o “Mundo da Política” e o mundo do cotidiano. Aqui se percebe que, embora sejam categorias fundamentais para o entendimento das escolhas eleitorais dos eleitores itajaienses, não podem ser tomadas como categorias representativas de dimensões opostas no contexto social desses eleitores. Ou seja, o fato de, no contexto das eleições, os eleitores procurarem entre os candidatos algum que represente a possibilidade de levar honestidade e dignidade ao “Mundo da Política”, isso não significa que tudo e todos que estejam ligados ao mundo do cotidiano sejam honestos e dignos. O que acontece, isso sim, é que os eleitores procuram entre as pessoas que apresentem características, especialmente de ordem moral, típicas de um “cidadão comum”<sup>40</sup> por que é entre elas – no mundo do cotidiano – que a probabilidade de encontrar tal perfil é maior.

Lembremos aqui da reflexão de Cristóvão Buarque, ex-governador do Distrito federal, feita durante uma entrevista a um jornalista que lhe questionava sobre os motivos que o haviam levado a perder a disputa eleitoral para Joaquim Roriz, em 2002, que remete à distinção, analítica e conceitual, entre cidadão e indivíduo. Ele afirmou que o adversário teria tido êxito por que “falou aos indivíduos, enquanto eu me dirigi aos cidadãos”. Buarque citou ainda o exemplo de um eleitor, abordado por um repórter, ao andar de bicicleta, que ao ser perguntado em quem votaria respondeu: “O Cristóvão fez muita coisa pela cidade, mas não fez nada por mim”.

---

<sup>40</sup> Aqui entendido no sentido familiar e tradicional do termo, ou seja, aquele cidadão que compartilha dos preceitos morais, das tradições familiares, que tem “bom caráter”, que é honesto, que possui amigos e os trata bem etc. Embora, claro, isso não signifique que todos os “cidadãos comuns” assim sejam. O fato é que frequentemente assim eles se auto identificam e auto descrevem.

Segundo Buarque, isso explicaria, ao menos em parte, o fato de ter perdido a eleição, apesar de ter altos índices de aprovação junto ao eleitorado.

Em princípio pode parecer que esse argumento contradiz, em parte, a reflexão inicial de que os bons governos são geralmente atribuídos à decência e à honestidade de seus executores, assim como são atribuídas a políticos corruptos e desonestos as gestões negativamente avaliadas, na medida em que abre espaço para a hipótese de que Roriz pode até ter roubado, mas “fez” alguma coisa pelos eleitores (individualmente) e por isso foi eleito. Contudo, não está em questão o fato de Roriz ter sido corrupto ou não, nem o fato de ter feito algo que possa ser avaliado positivamente a partir de um ponto de vista relativamente egoísta do eleitor, mas o fato de que o governo de Cristóvão Buarque é que não foi percebido como “bom” na avaliação que os eleitores fazem a partir de seus (supostos) ganhos individuais. Ou seja, independentemente de Roriz ser honesto ou de “fazer” obras, o fato é que Buarque é que teve seu governo percebido como pouco “útil” aos indivíduos, embora tivesse sido bom para o Distrito Federal como um todo.

Note-se que o eleitor percebe as realizações dos governos nas suas dimensões mais difusas, ou seja, no que se refere às realizações que implicam em ganho coletivo, inclusive avaliando positivamente governos que responsáveis por tais realizações, como é o caso de Cristóvão Buarque. Contudo, entre tais realizações e outros feitos que impliquem em ganho individual aos eleitores, esses últimos acabam sendo mais importantes que aqueles, tendo maior peso na determinação do voto. Não se trata, portanto, de uma oposição entre realizações de caráter coletivista que não tem importância para o eleitor e outras de caráter individualista que são importantes, mas de um complexo avaliativo em que estas são mais importantes que aquelas.

É nesse sentido, pois, que o indivíduo<sup>41</sup> parece ser mais importante que o cidadão. Quanto mais associada ao mundo individual for a questão em debate, maior

---

<sup>41</sup> Sem pretender realizar aqui uma reflexão acerca do conceito de indivíduo, tal categoria é tomada como representante do ideal economicista de ator individual. Ou seja, o modelo de indivíduo aqui adotado é o modelo do indivíduo da teoria econômica, do liberalismo econômico, qual seja, do sujeito-ator individualizado que procura, nas práticas diárias, maximizar seus lucros e minimizar os custos

o seu peso como categoria avaliativa e, conseqüentemente, como elemento definidor do voto, e quanto mais ligada à “esfera pública” – ou seja, quanto mais ligada a dimensão coletiva da cidadania política – maior a tendência de desconfiança e avaliação negativa por parte do eleitor.

Aqui se faz necessária uma reflexão mais aprofundada, inclusive como precaução para não cairmos em uma “armadilha” explicativa decorrente de nosso próprio raciocínio. Primeiramente, é importante lembrar que na literatura internacional já foram realizados esforços no sentido de distinguir entre dois tipos de escolha buscando benefícios. A partir de Popkin: a) o eleitor que busca unicamente benefícios “para seu próprio bolso”, chamado de *pocketbook voter*; e b) o eleitor que tem uma perspectiva mais coletivista, buscando eleger um governo que tenha como perspectiva a realização de melhorias para todos os cidadãos – ou para toda a cidade, no nosso caso – chamado de *sociotropic voter*. A idéia do *pocketbook voter* é essencialmente defendida pelos adeptos da Teoria da Escolha Racional.

Em segundo lugar, parece de fundamental importância que tomemos o devido cuidado para não construirmos, mesmo não sendo este nosso desejo, a figura de um eleitor esquizofrênico que, apesar de votar a partir de um processo “avaliativo” que valoriza elementos de caráter moral como ética, honestidade, etc., buscando um candidato que seja “bom”, ao mesmo tempo, pensa apenas em benefícios individuais. Afinal, poderia (com razão) argumentar o leitor, se ele busca benefícios pessoais, não seria melhor que buscasse um candidato que, apesar de não ser “bom”, prometa coisas que irão melhorar a sua vida particular? E se tiver que escolher entre um candidato que seja honesto e justo e que vai fazer “o melhor para a cidade” e outro que, mesmo sendo desonesto, prometeu, por exemplo, trazer

---

para obtê-los: o *homo economicus*. Porém, isso não significa que estejamos caricaturando um eleitor que, apesar de não fazer suas escolhas a partir dos critérios da teoria democrática clássica, como argumentamos anteriormente, é racional o suficiente para ser associado ao *homo economicus* da teoria econômica. Apenas tomamos a noção de *indivíduo* associada ao *homo economicus* como recurso teórico para descrevermos o aspecto individualista e individualizado da avaliação que grande parte dos eleitores realiza acerca dos governos.

asfalto para sua rua, em quem ele votaria? Para resolver esta questão, é preciso que esclareçamos alguns aspectos.

O eleitor que realiza uma avaliação de juízo moral, apesar de, segundo nossas pesquisas, representar provavelmente a maior parte do eleitorado de Itajaí, não abrange a totalidade desse eleitorado. Além disso – e também mais importante – é preciso considerar que variáveis de natureza moral, como honestidade, geralmente aparecem como variáveis de exclusão de candidatos, muito mais que como variáveis de determinação do voto. Ou seja, o critério da honestidade funciona como uma espécie de “filtro inicial”, através do qual o eleitor “seleciona” os candidatos dignos de serem levados em consideração para decidir seu voto.

Assim, se o eleitor considera um determinado candidato desonesto<sup>42</sup>, ele o elimina do conjunto de possíveis mercedores do seu voto, pelo simples fato de não acreditar que esse candidato irá cumprir suas promessas, por melhores que possam ser. Ora, se um candidato é considerado desonesto, o eleitor passa a não acreditar nas suas promessas, mesmo que elas tratem de (supostos) ganhos individuais por parte desse mesmo eleitor e, desse modo, não vota nele.

Portanto, não se trata de uma sobreposição de dois eleitores que, em um mesmo processo, decidem a partir de critérios distintos, mas de eleitores que fazem suas escolhas políticas tomando como referência uma grande variedade de elementos, dentre os quais aspectos ligados à moralidade e questões relacionadas à sua vida individual articulam-se, configurando o complexo processo de decisão eleitoral, cujo entendimento constitui-se como grande desafio da Ciência Política contemporânea, especialmente nos países democráticos.

Difícilmente os eleitores entrevistados conseguem perceber a cidadania como algo que ultrapasse o ato de votar. O voto é o único mecanismo capaz de estabelecer uma ligação entre o mundo do cotidiano, vivido pelos eleitores, e o “mundo da

política”, exterior e próprio de indivíduos especializados: *os políticos*. Estes últimos são escolhidos para, no caso de serem “honestos e trabalhadores”, fazerem algo que se converta em benefício para os que os escolheram, ou seja, os eleitores.

Contudo, como afirma Baquero, essa esperança de dias melhores, que leva os eleitores a votarem no candidato que julgam ser o mais indicado para fazer parte do “mundo da política”, não é um sentimento preponderante. Ele divide espaço com a frustração e a desconfiança, tão logo o político escolhido não faça todas as “maravilhas” prometidas na campanha, o que geralmente é interpretado pelo eleitor como sendo causado pelo envolvimento do candidato eleito com “as manias e falcatruas que ditam as regras na política” (Eleitor de 56 anos, 4ª série, motorista), ou com sua falta de honestidade.

Desse modo, à medida que as decisões, atitudes e programas políticos executados pelos diversos governos não dão conta de eliminar – freqüentemente nem mesmo conseguem diminuir – as desigualdades e injustiças sociais, parece que o eleitor continua carente de elementos que lhe motivem a depositar confiança e credibilidade na política e nos políticos. Antes, acontece o contrário, pois “o que parece ser a norma é a desconfiança, o temor e o cinismo dos cidadãos em relação à política e aos seus representantes” (BAQUERO, 1998: 18).

É esse conjunto de práticas adotadas pelos eleitores que leva Silveira (1996) a considerá-los como sendo não-rationais por que não pensam politicamente a política, ou seja, não “raciocinam” a partir da “lógica política”. Nessa perspectiva, as ações – escolhas – tomadas em função da imagem dos candidatos, sentimentos, emoções e aspectos simbólicos, seriam desprovidas de saber político.

Contudo, o próprio Silveira (1996) percebe a marcante aversão que os eleitores manifestam em relação a questões como a corrupção e a desonestidade, entendidas como as motivadoras de ações imorais presentes no “mundo da política”. O autor entende que o eleitor utiliza uma “metodologia” peculiar para absorver o

---

<sup>42</sup> Desonesto pode ser tanto o candidato que rouba quanto aquele que não cumpre as promessas, por exemplo. Afinal, o não cumprimento de promessas é, também, uma prova da capacidade de mentir do candidato.

mundo político, decidindo seu voto em função dos recursos – cognitivos – de que dispõe. Porém, não aceita essa modalidade de ação como uma forma própria de saber político, o que lhe desproveria de racionalidade.

Silveira (idem) não entende como racional o comportamento desse eleitor por que o procedimento por ele adotado para fazer suas escolhas não segue os ditames da teoria democrática, mas ao contrário, decide seu voto em função de elementos predominantemente valorativos e intuitivos, ligados à imagem do candidato, embora admita que ele seja coerente com seus próprios critérios de avaliação daquilo que concebe como sendo o “mundo da política”. Isso por que esses critérios não são ideológico-racionais, mas morais. Os juízos morais são a referência para a avaliação dos fenômenos políticos.

Os problemas econômicos, políticos, sociais e morais são percebidos como decorrentes de uma origem moral. Se é constatada a existência de muito desemprego, a causa deste problema é vista pela ausência de um governante honesto e bem intencionado, capaz de encontrar uma solução. Se o problema é a miséria, a causa é vista igualmente como produto de governantes gananciosos e corruptos, que não pensam nos outros. Quando o problema é a existência da corrupção, a causa percebida é igualmente de caráter moral (SILVEIRA, 1998: 179).

Assim, pelo fato de o eleitor fazer suas escolhas a partir de seus sentimentos e gostos, não pode ser considerado coerente a partir dos critérios tipicamente políticos (teoria democrática clássica). Trata-se, segundo Silveira (idem), de um comportamento intuitivo não-racional. É com base nesse raciocínio que o autor irá afirmar que *“a incoerência é a regra, e a coerência é a exceção”*. O eleitor médio estaria muito distante do eleitor “desejável” do ponto de vista das teorias da democracia representativa.

Isso talvez seja, sim, um problema também político, além de ser, claro, um problema da Ciência Política. Mas apenas na medida em que procurarmos no mundo empírico das ações políticas a manifestação concreta de um “tipo ideal” teorizado nos modelos abstratos da reflexão filosófica. Se abandonarmos a perspectiva tipológica



dicotômica entre um eleitor racional – projetado pelas teorias democráticas – de um lado, e um eleitor emotivo/intuitivo não racional de outro, e procurarmos entender o processo das escolhas políticas dos mesmos a partir de um contínuo, extremado por esses dois modelos, mas capaz de comportar tipos intermediários, provavelmente conseguiremos resultados mais promissores.

Voltemos, então, à nossa discussão anterior. De modo geral, como a possibilidade de ganho particular (privado) é vista como muito pequena pela maioria dos eleitores, os mesmos não se sentem motivados a participar “da política”. Pelo contrário, parece-lhes mais conveniente “ficar de fora”, “não se envolver”, pois assim não correm o risco de perder vínculos e comprometer laços de relações familiares e sociais. Contudo, esse não parece ser um mero comportamento de “alienação”, por parte do eleitor. Talvez até represente o contrário. Ou seja, a partir do momento que o eleitor considera que seus ganhos possíveis com a participação no processo político – “tempo da política”, por exemplo – não justifica os custos de seu envolvimento político, da aquisição de informações e do processamento das mesmas, é bastante plausível que ele decida não se envolver a não ser apenas no sentido de cumprir com sua obrigatoriedade, qual seja, a de votar<sup>43</sup>. Isso não apenas por que as possibilidades de ganhos são por ele vistas como pequenas e improváveis – pela própria descrença nos políticos e na política de modo geral – mas por que, para um cidadão que precisa se preocupar com sua família, com sua vida privada, que possui dois empregos para sustentar seus filhos ou que não possui nenhum e precisa encontrar formas de fazer o mesmo, a aquisição e a “interpretação” de informações acerca da política e dos candidatos freqüentemente possui um custo mais alto do que o que ele está disposto – e pode – pagar.

Assim, a não ser que esse eleitor opte por utilizar-se de “atalhos” para adquirir tais informações ou mesmo para se valer de conclusões já prontas, formuladas por

---

<sup>43</sup> E, além disso, esse mesmo eleitor pode avaliar que os ganhos em participar da política (votando) são insignificantes, ou nulos, mas ainda assim o custo de não votar, ou seja, as sanções e penalidades como multas são ainda mais caras que o custo de votar.

outras pessoas de sua confiança, o que parece também uma opção “lógica” dentro do referido contexto, parece coerente que ele opte por votar sem ter feito análise aprofundada das diferentes propostas dos distintos candidatos, sem, contudo, justificar que se possa caracterizá-lo simplesmente como um eleitor ignorante ou alienado. Ora, a opção de escolher a partir de critérios outros que não a reflexão sobre informações coletadas, especialmente, mas não apenas, durante a campanha, como a intuição e a sensibilidade, buscando encontrar o melhor candidato por outros meios que não a racionalização das informações disponíveis é, pois, uma opção conveniente, coerente, por exemplo, com a lógica do *homo economicus*, cuja decisão de agir de determinada forma é tomada em função do cálculo entre os custos e benefícios da ação.

Como temos afirmado ao longo das últimas páginas, as informações referentes à avaliação que os eleitores fazem dos governantes – dos políticos – tenham elas conteúdo mais ou menos objetivo, mais ou menos intuitivo e/ou emocional, é categoria importante na determinação do voto, de maneira especial em eleições locais como a que analisamos no presente trabalho. Por isso passamos, a partir de agora, ao significado e ao conteúdo dessa avaliação, bem como a sua importância como elemento determinante das escolhas políticas dos eleitores.

### ***3.3 Avaliação de Governo, Avaliação do Candidato e a Busca Pelo "Político Ideal".***

Embora os altos índices de aprovação da administração Jandir Belline não tenham sido suficientes para garantir a eleição de seu candidato, João Macagnã, a avaliação de desempenho do governo em exercício, assim como a avaliação da pessoa do candidato Macagnã, de sua competência administrativa e, principalmente, de suas experiências políticas, foi fator importante na determinação do voto para as

eleições municipais de outubro de 2004 em Itajaí. O primeiro aspecto pode ser notado, principalmente, através de análise dos dados quantitativos de que dispomos (Tabelas 2 e 3)<sup>44</sup>. O segundo foi fortemente percebido através das entrevistas qualitativas, conforme análise que será realizada no decorrer desta seção.

**Tabela 2:** Avaliação do Governo Municipal – Prefeito Jandir Belline (Itajaí, 2004 - %).

<b>Avaliação de Governo</b>	<b>Julho</b>	<b>Agosto</b>	<b>Setembro</b>
Aprova	71,7 %	77,7 %	69,5 %
Regular	21,6 %	16,6 %	22,2 %
Desaprova	4,8 %	4,3 %	7,2 %
NS/NR	1,9 %	1,4 %	1,1 %
Total (N)	690	694	796

**Fonte:** NESP.

Inicialmente, o que se pode notar é um acréscimo, entre os meses de julho e agosto, do índice de aprovação do governo Belline, o qual tem uma ligeira queda em setembro e, inversamente, temos uma queda nos índices de desaprovação do governo entre os dois primeiros meses, o qual apresenta um significativo aumento na última pesquisa. Acreditamos que isso se deva ao fato de ser ao final de julho, quando do início das campanhas eleitorais transmitidas em rede de rádio e televisão,

<sup>44</sup> As pesquisas foram realizadas, respectivamente, entre os dias 13 e 15 de julho, 17 e 19 de agosto e 21 e 23 de setembro de 2004. As pesquisas de julho e agosto tiveram margem de erro de 3,5 pontos percentuais e a de setembro de 3,0, sendo todas com intervalo de confiança de 95%. Na tabela, as abreviações Ap, Reg e Rep significam, respectivamente, aprovação do governo (Jandir Belline), regular e reprovação. Para obtenção de tal avaliação, foi feita a seguinte pergunta (espontânea) aos eleitores: "Com relação ao governo do atual prefeito de Itajaí, Jandir Belline – PP – você o considera: Ótimo, Bom, Regular, Ruim ou Péssimo. As respostas "ótimo" e "bom" foram aglutinadas na categoria "aprovação", e as respostas "ruim" e "péssimo" na categoria "desaprovação". Sobre a intenção de voto dos entrevistados, foi feita a seguinte pergunta: Sendo estes os candidatos, em quem você votaria se a eleição fosse hoje?"

que a estratégia de associação do prefeito Jandir Belline com o candidato João Macagnã passou a ser uma das principais táticas para obtenção de votos por parte deste. Com isso, os efeitos dessa estratégia puderam ser percebidos quando da realização da segunda pesquisa, no mês de agosto. E é a partir desse momento que o candidato da oposição, Volnei Morastoni, passa a trabalhar, em sua campanha, para a desconstrução dessa associação, inclusive lançando uma espécie de *slogan* que dizia que “Macagnã não é Jandir”, além de atacar frontalmente tal governo, como forma de reverter, em seu favor, os votos canalizados para Macagnã através de tal associação. Com isso, quando da realização da terceira pesquisa, em setembro, o quadro de avaliação de governo apresenta uma queda na avaliação positiva do governo Belline.

Podemos já, nesse momento, fazer a partir daí uma observação, ainda próxima da reflexão desenvolvida na seção anterior. Embora o eleitor tenha, no seu imaginário, um certo conjunto de questões/aspectos que julga importantes para sua decisão de voto, essas questões parecem ser dotadas de conteúdo, com os quais o eleitor toma suas decisões, a partir do momento que elas passam a fazer parte do debate político, o qual é pautado fortemente pelos próprios candidatos e partidos envolvidos na disputa.

Em seguida, torna-se necessário realizarmos uma reflexão sobre o significado e o conteúdo dessa avaliação e, principalmente, sobre a forma como esse conteúdo influencia o processo de definição do voto dos eleitores. Para isso é fundamental considerarmos os dados da tabela a seguir:

**Tabela 3:** Intenção de Voto, segundo Avaliação de Governo (Itajaí, 2004 - %).

Cand.	Julho/ 2004					Agosto/2004					Setembro/2004				
	Ap	Reg	Rep	NS / NR	Total	Ap	Reg	Rep	NS / NR	Total	Ap	Reg	Rep	NS / NR	Total
Volnei Morastoni (PT)	40.3	59.2	73.3	--	54.5	31.8	50.4	63.3	--	36.9	38.6	64.1	65.6	--	46.6
João Macagnã (PFL)	44,6	25,3	8,7	--	37,8	51,9	23,5	16,7	--	45	51	17,9	12,1	--	40,4
Marcus Sodré (PSTU)	0,8	2,1	3,3	--	1.0	---	0,9	---	--	0,1	1.0	1,7	3,4	--	1,3
B+N/NS/NR	14,3	13,4	14,7	--	15,7	16,3	25,2	20	--	18	9,4	16,3	18,9	--	11,7
<b>Total</b>	<b>507</b>	<b>151</b>	<b>32</b>	<b>--</b>	<b>690</b>	<b>544</b>	<b>119</b>	<b>31</b>	<b>--</b>	<b>694</b>	<b>554</b>	<b>182</b>	<b>60</b>	<b>--</b>	<b>796</b>

Como é possível perceber no quadro acima, embora o candidato João Macagnã não tenha conseguido captar para si um volume de intenções de voto igual ao volume de eleitores que avalia positivamente o governo Belline, é notável que as intenções de voto em Macagnã cresciam à medida que passamos dos eleitores que reprovam o governo para os que o aprovam e, inversamente, as proporções de intenção de voto em Morastoni declinavam. Vale destacar que nas três pesquisas analisadas, Macagnã venceria (sendo que nas duas últimas por uma significativa margem de votos) entre os eleitores que aprovavam a gestão do prefeito Jandir Belline, enquanto seria derrotado (por diferença muito grande, nas três pesquisas) entre os eleitores que reprovavam tal gestão.

Outra observação que se pode fazer é que nas pesquisas realizadas nos meses de agosto e setembro, onde já podem ser percebidos alguns efeitos das propagandas eleitorais, a correlação entre aprovação do governo Belline e intenção voto em Macagnã é maior. Isso reflete, ao menos em parte, a estratégia adotada pela coligação, que representava a situação, de associação ente o governo em exercício e o candidato Macagnã, que era inclusive Chefe de Gabinete na Gestão Belline. Isso por que, embora em todas as pesquisas, Macagnã vencia entre aqueles eleitores que aprovavam o governo, essa vitória apresentava margem significativamente maior nas

duas últimas pesquisas, quando os efeitos das estratégias de propaganda já podiam ser percebidos.

Em termos da estratégia da coligação liderada por Macagnã, além de enfatizar a “boa administração” do então prefeito Jandir Belline (PP) foi preciso fazer uma associação entre este e seu candidato, João Macagnã (PFL), dando grande importância ao fato de o primeiro ter, pessoalmente, grande credibilidade na capacidade de governar do segundo. Ou seja, trata-se de Belline emprestar sua credibilidade (devido a uma boa administração, na opinião da maioria do eleitorado) como fiadora da “capacidade” técnica e/ou política para governar do candidato Macagnã. Trata-se, pois, de atribuir significativa ênfase na capacidade/competência para governar, por acreditar-se nela como importante categoria a ser considerada pelos eleitores para definição do voto.

Além disso, questões como o passado político dos candidatos foram tomadas com bastante ênfase, por ambos os candidatos, tanto como elemento explorado a seu favor quanto como forma de prejudicar a imagem do adversário. Por parte do candidato da situação, João Macagnã, um dos aspectos mais explorados em sua campanha foi o fato de o mesmo já ter sido prefeito de Itajaí<sup>45</sup>, de ter ocupado cargo de secretário de estado (Secretaria de estado de Meio Ambiente) durante o governo de Esperidião Amim, destacando sempre os feitos supostamente conseguidos por sua competência e capacidade administrativa, além da já mencionada associação entre ele e o prefeito Belline construída sob os mesmos elementos.

Já o candidato Morastoni enfatizava muito seus feitos como deputado estadual, cargo que ocupava pelo terceiro mandato consecutivo, especialmente nos anos de 2003 e 2004, período em que ocupou a presidência da Assembléia Legislativa de Santa Catarina. Além disso, fazia também parte de sua estratégia uma sistemática tentativa de dissociação da imagem de Macagnã da imagem do prefeito Belline, inclusive como forma de reverter votos conquistados por aquele em virtude de tal associação.

---

<sup>45</sup> João Macagnã foi prefeito de Itajaí entre 1987 e 1991.

Tudo isso reflete a importância assumida, na definição do voto dos eleitores do município de Itajaí, por elementos ligados à capacidade/competência para governar dos candidatos que disputavam a eleição de outubro de 2004. Embora, como pôde ser percebido através das entrevistas qualitativas realizadas, essa importância frequentemente apareça associada a questões de ordem subjetiva, como intuição e confiança na pessoa do candidato enquanto agente moralmente individualizado. Ou seja, embora a capacidade e competência para governar fossem elementos de grande importância, argumentos ligados a feitos administrativos dos candidatos poderiam ser mais ou menos aceitos e ter mais ou menos credibilidade de acordo com a maior ou menor confiança na honestidade e moralidade que os candidatos possuíam junto aos eleitores. Assim, a imagem de bom administrador poderia não conseguir credibilidade se o candidato não possuísse tal credibilidade no nível pessoal. Referindo-se ao candidato Macagnã, um eleitor afirmou:

(...) Não adianta ele vir com esse discurso bonitinho, de que fez isso e aquilo. A verdade é que ele foi um tremendo de um ladrão (...) Não vou dizer que não tenha feito alguma estradinha aqui ou ali, ou coisa assim. Mas também não dá para ficar quatro anos no poder e não fazer nada (...) Mas é muita cara-de-pau achar que o povo esqueceu tudo o que ele fez e acreditar que é um santo agora (eleitor de 30 anos, 8ª série, desempregado).

Já sobre o candidato Morastoni, uma eleitora afirma:

Eu não caio nessa de que ele vai fazer tudo não. Ele já é deputado e nunca fez nada pela nossa cidade. Quando era para pedir voto, ele vinha todo humilde e preocupado com o povo. Depois que ganhou [se elegeu] esqueceu da gente e só voltou agora para pedir voto de novo. E aí vem com o mesmo discurso de que se preocupa com Itajaí. Se ele fez tanto assim então por que não fica lá [exercendo mandato de deputado]? Por que tanto desespero para ser prefeito? Isso é coisa de gente que só se preocupa com o poder e com o próprio bolso (...) Eu não confio nessa gente não (eleitora de 28 anos, superior completo, professora).

Como se pode notar, o eleitor realiza uma espécie de avaliação não apenas da capacidade de governar dos candidatos ou de sua competência, mas de suas

supostas intenções relativas ao “Mundo da Política”, junto ao qual estão disputando uma vaga. E esta última, por sua vez, tem um caráter marcadamente moral, pois remete sempre às intenções subjetivas dos candidatos, especialmente no que se refere aos projetos pessoais de projeção política, de poder ou mesmo de enriquecimento.

De todo modo, o que nos parece claro é que há uma série de fatores influenciando o processo de avaliação, feito pelo eleitor, dos candidatos envolvidos na disputa eleitoral, tanto no que refere à sua suposta capacidade administrativa quanto no que diz respeito a sua história e trajetória sócio-moral. Isso é de fundamental importância para o entendimento do conteúdo apresentado pelos eleitores entrevistados a respeito da caracterização que fazem dos candidatos, como pudemos perceber em nossas pesquisas, de forma especial em relação ao candidato Macagnã.

Primeiramente, é preciso registrar a importância que parece possuir o fato de Macagnã ter feito parte do governo de Belline, inclusive ocupando um cargo de grande importância dentro da administração, qual seja, o de “Chefe de Gabinete”. Isso possibilita uma avaliação, por parte dos eleitores, da atuação de Macagnã junto ao governo municipal, até certo ponto independente da avaliação do prefeito Jandir Belline. Ou seja, muito embora o prefeito fosse muito bem avaliado, membros de destaque de sua equipe poderiam não ter a mesma “sorte”, na medida em que sua atuação pôde ser avaliada independentemente.

Além disso, as lembranças do tempo em que Macagnã foi prefeito de Itajaí parecem ter sido reavivadas durante o período da campanha eleitoral de 2004. Assim, a imagem que os eleitores tinham como que “arquivadas” em sua memória e que possibilitavam uma avaliação retrospectiva de seu desempenho administrativo à frente do executivo municipal, se mostraram importantes para avaliar, inclusive, seu desempenho como integrante do governo de Belline:

O problema não é o Jandir. O Jandir é uma pessoa ótima, um ótimo prefeito. Dele ninguém tem nada que reclamar. O problema é que tem muita gente com ele que não é assim. Tem muito safado lá dentro e, às vezes, o Jandir até nem sabe



o que eles fazem. Ele não pode acompanhar tudo. E aí não tem jeito, alguma coisa sempre acaba escapando, por que ele não faz tudo sozinho também. (...) O único defeito do Jandir é que ele é bonzinho demais. Ele não devia dar tanta confiança para pessoas que a gente sabe que não prestam. O Macagnã é um. Todo mundo sabe que ele só assumiu um cargo na prefeitura por que perdeu a eleição para deputado. Aí fizeram um joguinho lá e arrumaram essa boca para ele na prefeitura, só para ele não ficar fora da política (Eleitor de 34 anos, II grau, funcionário público).

Por mais que campanhas e discursos tentassem associar João Macagnã a o prefeito Jandir Belline, essa associação não se dá, para o eleitor, de forma absolutamente isolada, sem uma "avaliação" pessoal de Macagnã, para a qual é considerada não apenas sua atuação individual dentro do governo municipal, mas, especialmente, sua capacidade e honestidade para governar. Ora, o eleitor não é, de modo algum, um agente passivo sujeito ao controle eleitoreiro de estratégias de marketing político e eleitoral, que não pensa e não articula, coerente com suas próprias avaliações e opiniões, informações concretas de que dispõe, muito embora um grande número de análises assim o têm descrito.

É preciso enfatizar o fato de João Macagnã já ter sido prefeito de Itajaí. Ora, é claro que os eleitores, especialmente os mais velhos, que viveram esse período, possuem uma avaliação retrospectiva de seu desempenho no comando do executivo municipal. Avaliação essa que, como pudemos constatar, está longe dos índices de aprovação que possui Jandir Belline. Frequentemente associado à corrupção e "falcatruas", Macagnã inclusive possui um alto índice de rejeição entre os eleitores itajaienses, como pode ser percebido na tabela abaixo.

**Tabela 4:** Rejeição aos candidatos<sup>46</sup>

<b>CANDIDATOS</b>	<b>Julho / 2004</b>	<b>Agosto / 2004</b>	<b>Setembro / 2004</b>
Volnei Morastoni (PT)	16	19	17
João Macagnã (PFL)	31	29	35
Marcus Sodré (PSTU)	28	26	29
Nenhum / NS / NR	25	26	19
<b>Total (N)</b>	<b>690</b>	<b>694</b>	<b>796</b>

**Fonte:** NESP.

É importante ressaltar que o candidato do PSTU, Marcus Sodré, embora também apresentasse níveis de rejeição junto ao eleitorado muito próximos dos apresentados por Macagnã, através das entrevistas qualitativas pudemos perceber que essa rejeição se dava por motivos diferentes para cada um dos candidatos. Enquanto no caso de Macagnã a rejeição estava fortemente associada à negatividade que os eleitores atribuíam a seu desempenho quando prefeito de Itajaí e enquanto “político” de modo geral, para Sodré ela estava fortemente associada ao fato de o mesmo ser desconhecido pelos eleitores ou, para o caso de alguns que o conheciam, por morar em uma cidade vizinha.

O problema é que a gente não conhece esse tal de Sodré aí. De repente ele pode até ser uma boa pessoa, mas como a gente vai saber? Bem ou mal, pelo menos a gente conhece o Volnei e o Macagnã e sabe mais ou menos o que esperar deles. Mas esse outro aí [Sodré] a gente não sabe nem de onde veio direito. Aí fica complicado (Eleitora de 49 anos, 4ª série, dona de casa).

Esse desconhecimento que o eleitor afirma possuir em relação ao candidato do PSTU teve ainda, como elemento reforçador, o fato de o mesmo possuir tempo inferior a um minuto nos horário eleitoral vinculado em rádio e TV.

Como se pode notar, a necessidade de conhecer o candidato é fundamental para que o eleitor possa, assim, configurar uma imagem do mesmo e, então,

---

<sup>46</sup> Foi feita a seguinte pergunta aos eleitores entrevistados: “Se a eleição fosse hoje e os candidatos

estabelecer um ponto para situá-lo dentro de uma escala de confiabilidade, a qual lhe serve de base para estruturar o nível de confiança que pode ou não ter em cada candidato.

Por mais que as estratégias de campanha pouco ou nada “resgatassem” de informações acerca da gestão anterior de Macagnã junto ao executivo municipal<sup>47</sup>, preferindo concentrar suas forças na associação da imagem do candidato ao prefeito Belline, isso não se demonstrou suficiente para apagar da memória do eleitor as lembranças e avaliações que esse possui da mesma. A avaliação do desempenho de Macagnã, quando esteve à frente da prefeitura, parece ter sido tão ou mais importante que a associação entre ele e o prefeito Jandir para a determinação do voto dos eleitores.

Se fosse o Jandir de novo, com certeza ele ganharia. Mas ele já está no segundo governo [mandato]. Ele não pode ‘correr’ [concorrer] de novo. Por isso que ele está apoiando o Macagnã. Mas o Macagnã é complicado, viu? A gente sabe que não é sério e honesto como o Jandir (Eleitora de 39 anos, 4ª série, auxiliar de produção).

A associação com governos pode ser uma estratégia útil para a transferência de votos. Contudo, não é capaz de sobrepujar a avaliação que os eleitores fazem do próprio candidato, especialmente se este possuir uma história política e administrativa conhecida pelos eleitores. Trata-se de mais um argumento em favor da tese de que o eleitor não é um mero espectador do processo de disputa eleitoral, que apenas reage a estímulos proporcionados pelos candidatos em suas campanhas. Sejam quais forem os critérios utilizados para realizar essa avaliação dos candidatos envolvidos na disputa eleitoral, o fato é que o eleitor itajaiense se demonstrou capaz de articular, de modo bastante coerente, as informações de que dispunha acerca do “mundo da política” e das pessoas com ele envolvidas.

Note-se que aqui a reflexão de Silveira (1998) parece dar conta, em parte, desse elemento da cultura do eleitor popular. O eleitor realiza sim uma avaliação dos

---

fossem estes, em qual deles você não votaria”.

políticos e de seus governos, embora o faça geralmente tomando critérios morais para o julgamento. Assim, se o prefeito fez uma “boa administração” é por que é honesto. Se implementou políticas públicas que, de algum modo, “favoreceram os pobres”, ele será caracterizado como sendo justo. Ou seja, mesmo que realize uma avaliação de caráter administrativo, a justificação a ela atribuída é freqüentemente do campo da moralidade.

Não queremos com isso, claro, afirmar que avaliações morais configurem a mais importante das modalidades de escolha eleitoral. Para tanto, seria necessário desconsiderarmos uma série de outros elementos também identificados como importantes na determinação das escolhas do eleitor<sup>48</sup>. Por exemplo, o clássico, muito embora em declínio, voto no candidato que “rouba, mas faz”. Nesse caso, trata-se de um eleitor que é capaz de realizar, ao menos aparentemente, avaliações morais, pois reconhece que o candidato é alguém que “rouba” e, portanto, desonesto, mas ainda assim dá a ele seu voto por achar que irá, mais que os outros, realizar feitos importantes e necessários para sua cidade, por exemplo. Trata-se de um eleitor que atribui mais importância à capacidade administrativa que à imagem moral do candidato.

Como se nota, a diferença parece não estar entre eleitores que votam moralmente e eleitores que votam logicamente. Ambos parecem considerar aspectos morais e de avaliação objetiva para suas escolhas. Ou seja, moralidade e avaliação objetiva parecem fazer parte de um contínuo que apresenta inúmeras possibilidades de combinação.

É, pois, desse modo que encontramos eleitores que, em seus discursos, parecem tomar aspectos ligados à moralidade para avaliar questões objetivas como a capacidade de realizar feitos administrativos dos candidatos. Assim, ao contrário do

---

<sup>47</sup> Salvo raras exceções marcadas por tentativas, feitas pela coligação liderada por Morastoni, de “lembrar” os eleitores dos aspectos supostamente mais negativos da gestão de Macagnã.

<sup>48</sup> Talvez grande parte da importância atribuída, no campo dos estudos do comportamento eleitoral, ao voto de caráter moral, se deva à distância que o mesmo supostamente apresenta em relação ao considerado “eleitor ideal” do ponto de vista da teoria democrática. Ou seja, de algum modo, por mais neutra que a Ciência Política – assim como as outras ciências – pretenda ser, nem sempre é possível esconder o “desejável” no bojo da objetividade das explicações analíticas.

que afirma Silveira (1996), não se trata de que os eleitores utilizam-se apenas de critérios morais para avaliar os candidatos, mas de que moralidade e avaliação objetiva se combinam como elementos determinantes do voto, assumindo importâncias e proporcionalidades distintas nos diferentes eleitores.

Mesmo o distanciamento que os eleitores apresentam em relação ao “mundo da política” aparece como uma espécie de mecanismo de autodefesa. Afirmar que a política e suas imoralidades pertencem à outra dimensão que não a da sua vida cotidiana, no fundo, é uma forma de afirmar que *e/e*, o eleitor, não faz parte dela e, portanto, não é afetado por suas características socialmente condenáveis<sup>49</sup>. Esse é mais um elemento a reforçar o desinteresse dos eleitores em relação ao sistema político. Associado às frustrações alimentadas pelo fato de os partidos não terem conseguido cristalizar as expectativas neles depositadas, esse elemento compõe grande parte da negatividade associada ao “mundo da política”.

É preciso que nos detenhamos um pouco neste ponto. O “mundo da política” não é o único “espaço” social com o qual o eleitor tem este tipo de reação de distanciamento em relação ao que dele é negativamente avaliado. Um processo semelhante acontece, por exemplo, com o “mundo do trabalho”. Alguns eleitores afirmam que no ambiente de trabalho também existem práticas e interesses que, freqüentemente, sobrepujam valores e sentimentos como a cooperação, a

---

<sup>49</sup> Não pretendemos, com isso, afirmar que os eleitores são agentes freqüentemente preocupados em se manter imunes a qualquer tipo de ambiente ou ação condenável, uma espécie de ser imaculado isento de qualquer impureza, especialmente moral. O clientelismo, por exemplo, não seria possível sem um eleitor disposto a vender seu voto. Tampouco os eleitores são, na sua totalidade (e, provavelmente, nem mesmo na sua maioria), indivíduos que recusariam uma “boquinha” no mundo da política como forma de obterem algum tipo de “lucro” (especialmente “lucro” individual). O que queremos dizer é que construir um discurso de isolamento do “mundo da política” é uma estratégia de imunização contra a negatividade a ele associado. Não significa que o eleitor esteja permanentemente preocupado em vender, de si mesmo, uma imagem de “anjo”, mas que ele tenta evitar, sempre que possível, associar-se a coisas potencialmente prejudiciais, como espaços sociais moralmente carregados de elementos negativos como, por exemplo, a corrupção. Mesmo o eleitor que vende seu voto, não se assume como agente do clientelismo, nem tampouco se considera um corrupto. Do mesmo modo, aquele eleitor que aceitaria uma “boquinha” no “mundo da política” (emprego, por exemplo), muito embora pense em conseguir benefícios – geralmente de cunho individual – não necessariamente precisa, para isso, ser assumidamente um corrupto. Até por que, a preocupação com o sucesso pessoal não implica, necessariamente, em negação dos valores e normas coletivamente aceitos e socialmente compartilhados.

solidariedade e mesmo a honestidade. Contudo, não se trata exatamente da mesma coisa, pois as negatividades do trabalho são vistas como algo que pode ser evitado sem o comprometimento do desempenho profissional, o que não é possível no "mundo da política", pois neste as "manhas" e os "jeitinhos" são condição *sine qua non* para viabilização das ações.

É mais o menos a mesma coisa sim. No trabalho, por exemplo, nas empresas, acontece isso também, só que é um pouco diferente, sabe? Por que pelo menos na empresa é o seguinte: na empresa tem todo tipo de gente: puxa-saco; tem aquele que 'puxa o tapete' dos outros para se dar bem; tem o que faz o nome nas costas dos outros e assim vai (...) Só que na empresa cada um pode fazer aquilo que acha certo. Se eu não quero me meter nisso eu não me meto. Fico na minha e faço o meu serviço direitinho, sem me meter em confusão. Não precisa ser puxa-saco, nem querer se aproveitar dos outros para se dar bem (...) Mais cedo ou mais tarde o patrão acaba reconhecendo. Ele não é cego. Patrão não gosta de puxa-saco, muito menos de malandro (...) Então é o seguinte: você vê um monte de coisa errada, suja, mas não precisa se meter nela. Você pode ficar na sua e continuar quietinho no teu canto que é melhor mesmo. (...) Já na política não tem jeito. Ou você entra no esquema, ou não vai sair do lugar nunca. Pra mudar alguma coisa tem que ser bom mesmo, daqueles 'coco roxo' como se dizia antigamente (Eleitor de 44 anos, 4ª série, operador de máquina).

Como se pode notar, o eleitor concebe o "mundo da política" como sendo ontologicamente "contaminado" pelas mazelas da política, diferentemente do mundo do trabalho, por exemplo, onde são os indivíduos que podem ou não vir a manifestar comportamentos "condenáveis". Não é da "natureza" das empresas serem espaços de ações moralmente condenáveis, ao passo que é da "natureza" da política assim o ser. Na política é o "mundo" que contamina os indivíduos. Nas empresas são os indivíduos que contaminam o "mundo". A política aparece, assim, como algo que possui como que uma vida própria, autônoma, contra a qual os políticos "bons" e "corajosos" precisam lutar para não ser contaminados.

Mas voltemos ao raciocínio anterior. Dizíamos que a negatividade que o eleitor apresenta em relação ao "mundo da política" faz com que ele desenvolva algumas estratégias de imunização a esse mundo. No entanto, o próprio sistema político força esses mesmos eleitores a continuarem participando do processo político, fazendo do

ato de votar uma obrigatoriedade e constantemente reforçando o discurso de que participar das eleições e escolher seus representantes é um dever cívico do eleitor-cidadão. Como não pode, portanto, deixar de participar, o eleitor agarra-se então a elementos (freqüentemente ligados aos valores, mas não apenas) que para ele são de grande importância como moral, ética, honestidade, competência, experiência e alimenta suas esperanças em dias melhores com as promessas de seus candidatos “preferidos”. Afinal, a frustração com a política, embora seja grande, não elimina a esperança de que “um dia a coisa vai melhorar”.

Além disso, uma significativa parcela do eleitorado parece ter uma visão mais matizada do que aqui descrevemos, percebendo que em alguns momentos os governos produzem resultados melhores, em outros, piores, e que não há apenas “bons” e “maus” políticos, mas uma gama de agentes mais ou menos competentes para realizar ações que possam causar melhorias em suas vidas. Se isso foi possível ser visto no passado, pode acontecer novamente no futuro, alimentando assim a esperança de que, em tempos vindouros, algum candidato, ou partido, melhor do que os atuais, ocupe o poder e realize melhorias<sup>50</sup>.

Contudo, essa esperança de que um dia as coisas mudem é uma esperança freqüentemente depositada em um indivíduo – que existe ou que virá a existir – não em um partido ou em uma ideologia político-partidária. Claro que não podemos esquecer, por exemplo, do grande crescimento e do significativo enraizamento social conseguido pelo PT (Partido dos Trabalhadores) durante as últimas duas décadas (Mainwaring, 2002)<sup>51</sup>. Porém, o que nos foi possível notar através de algumas entrevistas qualitativas realizadas em nossa pesquisa é que a identificação partidária, mesmo com o PT, foi, para o caso das eleições municipais em Itajaí, elemento potencialmente influenciador, mas não significativamente determinante, do

---

<sup>50</sup> Isso estaria associado, por exemplo, à tão comum preservação, na memória do eleitor, da imagem de políticos e governos tidos como marcos de referência em honestidade, competência e capacidade de realizar feitos dignos de admiração. Como exemplo, podemos citar, no Brasil, Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek e, em certa medida, Mário Covas.

<sup>51</sup> Embora esse enraizamento seja algo que, como têm demonstrado várias pesquisas realizadas recentemente, cada vez mais tem diminuído sua importância junto às representações sociais que os eleitores tem do Partido dos Trabalhadores.

comportamento eleitoral. Até por que, desde a década de 1980, o PT tem apresentado candidatos à prefeitura municipal de Itajaí, não conseguindo sucesso até o último pleito, em outubro de 2004.

Mesmo os eleitores atribuem o fato de o candidato Volnei Morastoni não ter sido eleito anteriormente à sua falta de experiência e, especialmente, ao fato de seu adversário naquela oportunidade (o atual prefeito, Jandir Belline) ser “muito querido pelo povo”. Ou seja, foi Volnei e não o PT que amadureceu e passou a merecer uma chance de governar Itajaí.

Dessa vez ele (Volnei) era o melhor mesmo. Tinha que ser ele. Das outras vezes eu acho que foi bom ele não ganhar. Assim ele teve tempo para aprender mais (...) Ele era muito revolucionário, muito brigão. Brigava com todo mundo. O povo não gosta disso, por que fica com medo. É como o Lula. Foi bom o Lula não ganhar nas outras vezes, por que ele não estava preparado antes. Ele ganhou na hora certa. Assim foi com o Volnei. Ainda mais com o Macagnã. Se fosse o Jandir de novo, eu acho que ganhava de novo, mas o Macagnã já estava muito prejudicado na cidade (Eleitora de 39 anos, 4ª série, auxiliar de produção).

Não pretendemos negar que o voto partidário/ideológico exista. Longe disso. Mesmo por que, em nossas pesquisas encontramos eleitores que demonstraram ter uma identidade partidária bastante consistente e votam de acordo com ela, embora estes constituam parcela muito pequena do universo de eleitores, o que torna a variável identidade partidária pouco eficiente como preditora do voto para o caso estudado. Além disso, ainda é preciso registrar o fato de que trata-se de informações conseguidas através de entrevistas qualitativas, realizadas com um pequeno grupo de eleitores, insuficiente para fazermos inferências generalizáveis e generalizantes sobre todos os eleitores itajaienses.

O “mundo da política” ainda continua sendo um lugar – social – uma instituição que carece de “purificação” e de moralização, as quais serão realizadas quando aparecer um político “bom” e “capaz” o suficiente para isso. Se algum dia a política for moralizada e algum governo realmente fizer tudo aquilo que os eleitores – cidadãos – precisam, é por que terá aparecido um político capaz de “purificar” o



“mundo da política”. Aliás, essa “purificação” deve atingir também os partidos (ou pelo menos a grande maioria deles), pois eles são diretamente responsáveis pelo aspecto negativo do “mundo da política”. A esperança é, pois, de caráter mais marcadamente personalista que ideológico.

Votar a gente tem que votar de qualquer jeito. Se o cara não for bom, na próxima (eleição) a gente tira ele e coloca outro lá. E assim vai. Um dia a gente tem que acertar. Um dia vai ter que aparecer alguém que preste, que vai fazer alguma coisa de verdade pelo povo. É difícil porque a própria política é suja, e se alguém tenta mudar as coisas, logo vai ser pressionado pelos que já estão lá. Mas acho que um dia isso vai acabar. É impossível que nunca vai aparecer alguém que tenha pulso para acabar com tudo isso (Eleitor de 50 anos, 2ª série, jardineiro).

Esse discurso reforça cada vez mais um sentimento já bastante comum entre boa parte dos eleitores, qual seja, o da inutilidade dos partidos. Estes são vistos – e descritos – como sendo estruturas desnecessárias. Mais do que isso, são vistos como sendo maléficos para o próprio bom andamento da política e da administração pública. Enquanto agentes integrantes do “mundo da política”, eles são percebidos como empecilho à realização, por parte dos “bons políticos”, de feitos louváveis. É justamente essa percepção acerca dos partidos por parte dos eleitores que leva estes, inclusive, a considerarem aqueles como sendo desnecessários.

Eu acho que os partidos nem precisavam existir. Se o político for bom, é ele quem vai fazer as coisas, não o partido. O partido acaba é atrapalhando, isso sim (...) Por que quando o candidato ganha, aí vem toda aquela ‘cambada’ lá do partido, cada um querendo uma ‘boquinha’. Aí já viu, começa a juntar aquela ‘caquerada’ toda e vira tudo a mesma coisa (...) Mesmo que seja um ‘cara’ bom que ganha a eleição, ele vai ter que ceder lugar para o pessoal dos partidos (...) Por isso, eu penso que não deveria ter partido não. Deveria ter só o candidato, por que daí pelo menos a gente sabia que ele ia poder fazer o que ele queria (Eleitor de 22 anos, II grau, desempregado).

Mais uma vez aparece, de modo marcante, a descrença do eleitor com os partidos enquanto instituições diretamente associadas ao “mundo da política”. Os políticos, enquanto indivíduos, enquanto sujeitos socialmente situados (e avaliados)

constituem-se, assim, na forma mais cômoda e rápida para o eleitor estabelecer um vínculo de confiança e realizar suas escolhas eleitorais. Se, pois, as instituições políticas são, por natureza, contaminadas e ilegítimas, seria perda de tempo buscar nelas elementos para fazer suas escolhas políticas. Assim, enquanto indivíduos, os candidatos – “políticos” – são o “caminho” mais econômico para buscar informações. Ora, o eleitor é, portanto, um agente coerente com suas opiniões acerca da política. Mesmo que não se trate, como freqüentemente pudemos perceber, de escolher entre os que não são confiáveis – os partidos – e os que são confiáveis – os candidatos, mas de uma escolha entre os que são não confiáveis *a priori* e os que potencialmente ainda podem ser dignos de confiança.

Dentre as características consideradas pelo eleitor como “boas para um político possuir”, a honestidade aparece como a mais importante. Ser honesto, ou pelo menos ser identificado como honesto, é fundamental para que o candidato consiga criar uma imagem de “bom político” junto ao eleitorado. Parece que, no imaginário do eleitor, a honestidade funciona como uma espécie de antídoto contra as “impurezas” do “mundo da política”.

A gente tem que tentar escolher aquele que pelo menos seja honesto, porque se for alguém que não dá nem para confiar agora, imagina só o que vai ser depois (...) Se o ‘cara’ já for alguém que a gente sabe que já fez as suas falcatruas, quando chegar lá [no “mundo da política”] vai ser um prato cheio para ele fazer tudo para ele mesmo e esquecer do povo (...) Tem que ser uma pessoa que tenha o mínimo de decência, que a gente possa confiar. Assim, pelo menos a gente espera que ele não vai se deixar levar tão fácil pela política (Eleitora de 47 anos, 4ª série, dona de casa).

É interessante notar que o candidato João Macagnã (PFL), foi o candidato que apresentou, segundo as pesquisas quantitativas, o maior índice de rejeição. Quando perguntados sobre os fundamentos dessa rejeição, a maioria dos eleitores que a apresentavam, por meio das respostas qualitativas, a relacionavam principalmente ao

fato de o referido candidato já ter sido prefeito da cidade em outra oportunidade, e seu governo passado ter sido marcado por denúncias de corrupção<sup>52</sup>.

Ele já foi prefeito uma vez e a gente sabe dos 'rolos' que deu (...) O 'cara' chegou aqui na cidade com uma mão na frente e outra atrás e hoje é milionário. Só que conseguiu tudo isso só dentro da prefeitura, ou metido com outros prefeitos. E o pior é que não é só ele não. A família inteira ficou rica assim (...) Hoje todo mundo 'mama' na prefeitura. Tem um irmão aqui, outro lá, outra irmã em outro canto [departamento de governo] e assim todo mundo ganha (...) Não dá para votar num sujeito que a gente sabe no que vai dar. Se sempre fez isso, não é agora que vai ser diferente (Eleitor de 56 anos, 4ª série, motorista).

Isso também pode ser percebido por outro indicador. Na primeira pesquisa quantitativa, realizada em julho de 2004, portanto antes do início do horário eleitoral, Volnei Morastoni (PT) tinha ampla vantagem em relação a seu adversário<sup>53</sup>. Com o início da propaganda eleitoral, o candidato do PFL passou a dedicar toda sua estratégia eleitoral a duas grandes frentes de debate. A primeira foi um esforço muito grande para associar sua imagem à do então prefeito Jandir Belline, cujo índice de aprovação junto ao eleitorado girava em torno de setenta e cinco por cento<sup>54</sup>. A outra foi acusar o candidato do PT de ser responsável pela não liberação, por parte do governo federal, da segunda parcela de um convênio entre o mesmo e o Porto Municipal. Assim, criou-se um discurso de negatividade em relação ao candidato Volnei Morastoni, por ser desonesto com a cidade de Itajaí, por supostamente utilizar sua influência junto ao governo federal para prejudicar a administração municipal – privando-a de verbas – e, por conseqüência, prejudicando toda a população itajaiense.

---

<sup>52</sup> João Macagnã foi prefeito de Itajaí entre 1987 e 1991. Isso provavelmente explica o fato de sua rejeição ser maior entre os eleitores mais velhos, pois os jovens não "viveram" tal momento enquanto agentes envolvidos no processo político, conhecendo sua história apenas por relatos, especialmente de familiares e grupos de amizade. Além disso, através das entrevistas qualitativas pudemos perceber que também é entre os mais jovens que encontramos uma maior tendência de associação entre aprovação do governo municipal (prefeito Jandir Belline) e o voto no candidato João Macagnã.

<sup>53</sup> Ver tabela 3.

Com isso, o candidato João Macagnã (PFL) conseguiu reverter uma diferença considerável em favor de seu adversário, chegando a estar em vantagem na pesquisa realizada no final do mês de agosto.

Mas, nesse período, a estratégia do candidato do PT volta-se para a construção de um discurso de defesa em relação às acusações levantadas. Mais do que isso, consegue fazer com que a culpa pelo atraso da referida parcela do convênio mude de lado. Isso porque, durante os programas eleitorais, o candidato do Partido dos Trabalhadores “esclarece” que o convênio havia sido temporariamente suspenso não por vontade sua, mas devido a irregularidades na prestação de contas referente ao dinheiro da primeira parcela do convênio. Ou seja, como a responsabilidade pela administração era da gestão atual, então o problema estava com o “acusador”, não com “acusado”.

A partir disso, o candidato Volnei passou a utilizar o mesmo fato a seu favor, construindo e divulgando uma imagem do candidato do PFL como sendo alguém ligado à corrupção e ao mau uso do dinheiro público. Com isso, conseguiu novamente provocar uma reviravolta nas intenções de voto do eleitorado, aparecendo novamente na frente de seu adversário na última pesquisa de intenção de voto, realizada pelo NESP no final do mês de setembro, cujo prognóstico acabou por se confirmar com o resultado das urnas no dia três de outubro.

Como pode ser observado, o debate acerca da honestidade – ou a falta dela – foi elemento de fundamental importância ao longo de toda a disputa, a ponto de ser tema presente em praticamente todo o período da campanha eleitoral e se configurar como elemento decisivo na definição do voto de uma significativa parcela do eleitorado itajaiense.

Não queremos, com isso, afirmar que a honestidade seja categoria central em todas as disputas eleitorais. O que estamos apontando é o fato de ter sido o debate

---

<sup>54</sup> Segundo dados do NESP – Núcleo de Estudos Sociais e Políticos da UNIVALI.

em torno da honestidade um dos principais fatores de determinação do voto nas eleições tomadas como objeto de estudo para este trabalho, quais sejam, as eleições municipais em Itajaí, realizadas em outubro de 2004, o que mostra que o eleitor itajaiense é, ao menos no caso dessa eleição específica, se demonstrou um eleitor que atribui grande importância à honestidade como elemento fundamental para a definição de um "bom político".

Outro elemento importante também é a credibilidade que o eleitor parece demonstrar em relação aos políticos envolvidos no debate. Como acabou sendo construído um clima de acusações mútuas, onde um tentava atribuir a culpa por um fato ao outro, parece que o resultado final de tal debate acabou favorecendo o candidato Volnei Morastoni, o que pode ser um indicativo de que o mesmo possuía uma maior credibilidade diante de parcela significativa dos eleitores. Ou seja, se ambos os candidatos procuravam se "defender" das acusações do adversário acusando-o, o que faria com que um tivesse "vantagem" sobre o outro seria o fato de este ter maior credibilidade, ser mais confiável do que aquele. E, como nos mostraram as entrevistas qualitativas, essa maior credibilidade apresentada pelo Candidato do PT se deve, em grande parte, à sua atuação política como vereador e deputado estadual e, principalmente, a imagem de político desonesto e pouco confiável de seu adversário João Macagnã. Ou seja, não basta ter motivos e argumentos para acusar, é preciso ter credibilidade para que os eleitores acreditem nas acusações. E esta credibilidade se deve, na sua maior parte, à trajetória pessoal e política do acusador (candidato).

Contudo, é preciso salientar que esta análise se aplica ao município de Itajaí, no que se refere às eleições acima mencionadas. Seus resultados, embora possam servir de referência para realização de outros estudos em outros municípios, não podem ser generalizados. Mesmo em Itajaí, em eleições outras em que estejam envolvidos outros candidatos e o debate durante a disputa seja pautado em outros temas, a honestidade pode, inclusive, assumir papel de menos importância na definição do voto. Não por que venha a deixar de fazer parte da cultura política do

eleitor de Itajaí, mas por que, se não for tomada como tema central para a disputa, pode ter menos peso no processo de escolha. Ou seja, o que estamos tentando demonstrar é que, embora a honestidade seja elemento de grande importância sociopolítica para os eleitores de Itajaí, ela pode assumir papel mais ou menos central em diferentes eleições se for mais ou menos elemento central no debate a ser construído ao longo das campanhas.

Como afirmamos anteriormente, a honestidade aparece como uma variável de exclusão de candidatos. Assim, o candidato que o eleitor considera desonesto é excluído das possibilidades de opções eleitorais. Contudo, isso não faz do eleitor um agente "emotivo" por agir a partir de critérios morais e não considerando as propostas objetivas e planos programáticos dos candidatos. Afinal, por que o eleitor se daria ao trabalho de conhecer e avaliar as propostas de um determinado candidato se o considera desonesto e "sabe" que ele não cumprirá suas promessas? Trata-se, portanto, de um comportamento altamente coerente com os critérios tomados, pelo eleitor em questão, como ponto de partida para o processo de tomada de decisão que corresponde à escolha eleitoral.

Durante o período de campanha, ou seja, durante o "tempo da política", o eleitor torna mais presente um elemento que, de certo modo, não deixa de existir em outros momentos, qual seja, uma imagem de político ideal junto ao seu referencial simbólico de julgamento e ação. Com base nessa imagem, fortemente marcada por elementos morais como a honestidade, ele passa a procurar, entre as opções disponíveis – entre os candidatos – aquela que mais se aproxima desse político. Ou seja, é como se ele procurasse o "melhor político", buscando, na realidade, alguém que apresente características de um não-político. Isso por que são os menos absorvidos pelo "mundo da política" os menos propensos às imoralidades próprias desse mundo.

Mas não basta ser honesto. É preciso ter – ou parecer ter – a capacidade de se manter honesto depois de eleito. E para isso é necessário ser alguém "que conhece a política, que sabe as 'manhas', que consegue mexer os pauzinhos para

fazer as coisas. Tem que ser cara-de-pau mesmo” (Eleitor de 36 anos, 4ª série, soldador). Por isso, embora muitas pessoas sejam honestas, nem todas podem ser “políticos”, pois nem todas sabem agir como os “políticos” devem agir. Ou seja, é preciso ser imunizado contra as mazelas do “mundo da política”.

É por isso que muitos eleitores elencam, como sendo necessárias a um “bom político”, características que acham que eles mesmos não possuem. É, pois, necessário ao “político”, construir uma identidade com os eleitores, mas não pode confundir-se com ele. Isso faria com que o eleitor transferisse ao “político” o sentimento de incompetência que ele possui de si mesmo para as questões políticas.

Um bom político tem que saber falar, tem que ter aparência, tem que ser esperto, inteligente, ter bom raciocínio (...) Tem que ser esperto, por que senão qualquer um vai lá e enrola ele. Tem que saber negociar. Às vezes tem que ser até cara-de-pau mesmo. Na política é assim. Quem é quietinho e fica na dele não vai longe não (...) Por isso que eu nem me meto. Não adianta, tem gente que tem faro para a política e gente que não tem. Assim como tem gente que tem o dom para professor, outro para pedreiro, outro para médico, também tem aquele que tem dom para a política. Se não tiver, não adianta. A política não é para qualquer um (Eleitor de 50 anos, 3ª série, jardineiro).

Note-se que há uma linha tênue entre se identificar com um candidato – político – e perceber-se igual a ele. O político ideal deve ser alguém que “se identifique com o povo”, que “entenda o povo”, que “sabe do que o povo precisa” (Eleitora de 37 anos, 4ª série, dona de casa), mas não pode ser exatamente igual ao “povo”. Se for igual ao “povo”, vai pertencer à ordem de pessoas não habilitadas a atuarem no “mundo da política”. O político deve, portanto, ser uma espécie de especialista em política, alguém capaz de decifrar os códigos do impuro “mundo da política” e de sobreviver a ele conservando – tão intactas quanto possível – as características “boas” que possui enquanto indivíduo socialmente situado e moralmente conhecido.

O “bom político” precisa ser capaz de concentrar os anseios do eleitor sem absorver o sentimento de incapacidade para a política que este possui de si mesmo.

O que é que um pobre coitado como eu vai fazer na política? A gente não sabe nem falar direito. Como que vai conseguir fazer as coisas, dar discurso? (...) O negócio é a gente cuidar da nossa vida e deixar essas coisas para os políticos mesmos, que é o melhor que a gente faz (Eleitora de 39 anos, 4ª série, auxiliar de produção).

Essas formações discursivas<sup>55</sup>, de algum modo, manifestam um intrigante sentimento de incapacidade e frustração que o eleitor possui dele próprio. É como se esse sentimento de impotência e, muitas vezes, até mesmo de incompetência, que o eleitor tem de si mesmo, fosse transferido para todos aqueles que são identificados como "iguais" a ele. A reflexão realizada por esses eleitores é algo do tipo: "se eu não posso, quem é igual a mim também não pode". Assim, traça-se o perfil de um político ideal que se distancia do cidadão "comum", freqüentemente por meio de características pessoais, como capacidade de discurso, aparência, familiaridade com o "mundo da política", etc. Esse "político ideal", muito embora não tenha sido "definido" clara e objetivamente pelos eleitores entrevistados, apresenta-se freqüentemente como alguém distante, especialista no assunto (política), que é generalizado como "político". Contudo, algumas características podem ser identificadas.

O cara tem que saber falar. Por exemplo, um vereador: como é que ele vai conseguir convencer os outros para fazer alguma coisa que ele quer, se ele não sabe nem falar direito? Do mesmo jeito é com o prefeito. Para ele fazer as coisas, ele precisa negociar com os outros políticos e com um monte de gente. Se ele não for 'bom de papo' e não tiver jeito, ele não consegue fazer nada (Eleitor de 44 anos, 4ª série, operador de máquina).

Para ser político tem que ser muito esperto. O tempo todo tem gente querendo 'puxar o tapete' de quem está no poder. Se a pessoa não for esperta e não 'saber' direitinho as 'manhas', eles acabam derrubando logo (Eleitor de 35 anos, segundo grau, cobrador de ônibus).

---

<sup>55</sup> "Formações discursivas" aqui entendidas, no sentido foucaultiano do termo, como portadoras de construções ideológico-culturais que são, não determinantes de um momento histórico ou contexto



Essa diferença, embutida nesses discursos, entre um “político” e um “cidadão comum” – aqui entendido não apenas no sentido de “não político”, mas como um grupo específico de “não políticos”, caracterizado por pessoas simples, o que exclui outras categorias de “não políticos” como empresários, padres, pastores, por exemplo – pode ser manifestada pela roupa, pela forma de falar, pelo local onde mora, pelas relações de amizade, pela profissão que exerce, pela história familiar e social, etc.

Essencialmente, trata-se de um conjunto de características que, embora não seja rígido e nem mesmo padronizado para todos os eleitores, serve como referência para o eleitor encontrar, entre as opções “disponíveis”, o candidato mais adequado para ocupar um cargo dentro do “mundo da política”. Características essas que freqüentemente remetem a um indivíduo que, além de precisar ter todas as características que um cidadão comum e moralmente admirável “deve” ter, ainda precisa parecer possuir a capacidade de manter tais características depois de ingressar em tal mundo, inclusive, se necessário, lançando mão de artifícios de persuasão, “jogos”, “artimanhas” e outros que *per se* seriam condenados, mas que se justificam na medida em que são um recurso – geralmente o único – para “poder fazer alguma coisa digna”. São essas características que a maioria dos eleitores “imagina” não encontrar em si mesmo.

Outra coisa que nos parece importante ser tratada, é sobre o conteúdo que compõe o processo de avaliação que os eleitores fazem, especialmente dos governos. Como já tentamos demonstrar, no processo de avaliação dos candidatos, as características ligadas à imagem do candidato, tanto no aspecto pessoal e moral quanto de sua história e trajetória política ou profissional, parecem compor um complexo conjunto de elementos que possuem importância para a avaliação geral que os eleitores fazem e a partir da qual decidem seu voto. De modo geral, para a avaliação dos governos os critérios parecem não mudar muito, pois os eleitores

---

social, mas parte constitutiva dele, e que expressam um modo peculiar de conceber e organizar o mundo e os fenômenos, além de serem socialmente compartilhadas.

parecem utilizar-se de uma lógica similar para avaliar os feitos dos governantes em questão.

Entre estes feitos, como foi possível perceber, através de nossas pesquisas, destacam-se obras de infra-estrutura geral da cidade, com especial ênfase àquelas de embelezamento e pavimentação. A beleza da cidade, especialmente no que se refere ao fato de a mesma estar “sempre florida e limpa”, juntamente com a grande quantidade de ruas que foram asfaltadas pelo prefeito Jandir Belline aparecem como elementos recorrentemente utilizados para justificar a avaliação positiva que grande parte dos eleitores itajaienses fazem de seu governo.

Contudo, essa avaliação do prefeito segundo sua capacidade de fazer obras (embelezamento e pavimentação) é combinada com uma avaliação de caráter mais subjetivista, ou mesmo personalista. Ou seja, os eleitores avaliam também a dimensão da pessoa do prefeito, especialmente no que tange a sua imagem moral junto à população. Assim, o prefeito Jandir Belline não teria sido um bom prefeito apenas por que fez obras importantes, por que deixou a cidade bonita e por que “asfaltou quase todas as ruas de Itajaí” (Eleitora de 55 anos, 2ª série, diarista), mas por que:

(...) é uma pessoa muito boa, de um coração muito bom. Ele sabe entender os problemas da gente, se preocupa com o povo e ajuda muito os pobres. Dá sacolão, dá remédios, ajuda os velhinhos. Ele é um homem bom demais até, por que tem gente que se aproveita por que sabe que o prefeito é bonzinho e não sabe dizer não para ninguém. Aí essa gente vai lá e se aproveita, pedindo coisa, mas na verdade nem precisa tanto assim (...) (idem).

Como se pode notar, parece haver, por parte do eleitor, uma combinação entre dois elementos, ligados à avaliação do governo, que apresentam maior peso no processo de caracterização do prefeito. De um lado, tem importância a capacidade de realizar feitos que tenham visibilidade, como obras de infra-estrutura e, de modo especial, o embelezamento da cidade. De outro, a imagem pessoal do prefeito como um indivíduo bondoso, caridoso e “preocupado com os pobres”.

Isso nos parece de grande importância para análise que pretendemos realizar, especialmente por que, no caso das eleições aqui estudadas, o então prefeito Jandir Belline não foi candidato, aparecendo apenas como prefeito que endossava a candidatura de Macagnã. Ora, ao manifestar seu apoio ao candidato do PFL, Belline poderia até associar ao mesmo sua própria capacidade de fazer obras, utilizando-se, como fez, do discurso de continuidade administrativa e de crescimento da cidade. Contudo, a imagem pessoal de bondade, de caridade e de honestidade é algo intransferível. Ou seja, embora Macagnã pudesse “continuar as obras de Belline”, não poderia tornar-se bom e caridoso como seu apoiador, pois estas são características da personalidade, associadas ao caráter do indivíduo.

Assim, embora a promessa de continuidade administrativa apresentada pelo próprio Belline fosse fator importante, ela parece não ter conseguido sobrepujar a avaliação pessoal que os eleitores tinham de Macagnã, especialmente associada ao seu passado político. Dito de outro modo, fazer parte de um governo positivamente avaliado pela população não foi suficiente para eliminar a negatividade da avaliação feita da pessoa do candidato Macagnã pelos eleitores.

É claro que, como já abordamos em outro momento, isso não é suficiente para explicar a derrota do candidato do PFL nas eleições municipais de 2004. Afinal, não se trata apenas da derrota de Macagnã, mas da vitória de Volnei Morastoni, candidato do PT. Contudo, essa discussão já foi apresentada no presente trabalho, de modo que o que pretendemos aqui demonstrar é a importância da avaliação que os eleitores fazem dos candidatos e dos governos para a decisão de seu voto, e da necessidade de adotarmos ambas para uma análise mais ampla das motivações voto, pois, como argumentamos anteriormente, apenas uma delas não é suficiente para o entendimento dessa questão.

### ***3.4 A Questão da (não)Identificação Partidária e a (Des)Ideologização das Campanhas em Nível Local***

De uma perspectiva ampla, poderíamos dizer que esse processo de “desideologização” da política, do qual já foram feitos alguns apontamentos feitos anteriormente, é acontecimento que apresenta dois lados que, como num movimento cíclico, se autodeterminam. Por um lado, os eleitores apresentam discursos e posturas através dos quais mantêm-se afastados do “mundo da política” por que não confiam nele – nem nos políticos – e não se identificam com os mecanismos de representação que lhes estão disponíveis. Por outro, os partidos políticos não lançam mão de estratégias que procurem consolidar uma imagem mais positiva e integrada de si mesmos e da política junto à população. Como recurso para manter-se no “jogo” das eleições com chances de sucesso (eleitoral), preferem utilizar-se de práticas que valorizem e reforcem o personalismo<sup>56</sup>.

É importante notar que esta desconfiança e este descrédito dos eleitores não se manifestam apenas em relação ao universo propriamente político. Eles atingem também outras formas de organização e representação de interesses como sindicatos ou movimentos sociais, por exemplo. Isso por que se acredita que as imoralidades da política também assombram essas organizações.

Enfim, parece que uma parcela significativa dos eleitores apresenta como que uma tendência a desconfiar das instituições que, através da organização de interesses “luta” por “conquistas” de caráter coletivo, como mecanismo de representação de anseios e necessidades de segmentos específicos da população. Para esses eleitores, apenas indivíduos é que são dignos de confiança. É por isso que

---

<sup>56</sup> Muito embora, é preciso novamente lembrar, haja alguns autores, dentre os quais podemos citar Mainwaring (2001) e Samuels (1997), por exemplo, que defendem que o PT (Partido dos Trabalhadores) seja uma exceção a essa regra. O PT seria o único partido, no Brasil, que histórica e sistematicamente tem demonstrado uma preocupação bastante clara em construir, junto ao eleitorado, uma identidade ideológico-programática nítida (ao menos até recentemente). Tratar-se-ia, segundo esses autores, de uma estratégia peculiar, no sistema partidário brasileiro, de tentativa de consolidação e enraizamento de uma identidade partidária bastante definida.

a grande maioria dos entrevistados afirma não participar de nenhuma organização trabalhista ou de representação coletiva, como associações de bairro, sindicatos ou associações de pais e professores de escolas. Os argumentos para defenderem tal posição remetem frequentemente ao fato de serem estas ilegítimas, controladas por indivíduos geralmente indignos e não merecedores de confiança, e pelo fato de “não levarem a nada, porque dependem dos políticos para tudo mesmo” (Eleitora de 47 anos, 4ª série, dona de casa).

Isso reforça o que afirma Radmann (2001):

No imaginário social dos eleitores, a política não possui nenhuma ligação direta com a sua existência. ‘Uma coisa é a política, outra coisa são os governantes’. Na percepção da maioria do eleitorado, os governantes não conseguem efetivar suas ‘promessas’ em função da ‘política’. A política para os eleitores é vista como uma disputa pelo poder, onde todos os políticos são ‘quase que iguais’. Num sentido hobbesiano, é como se o ‘mal’ fosse algo perene a todos os políticos (p. 218).

Note-se que aqui parece haver uma contradição entre o eleitor que vota na esperança de que, algum dia, irá surgir alguém capaz de se manter íntegro o suficiente para conseguir “fazer alguma coisa para o povo” e esse eleitor totalmente desesperançoso com as possibilidades de alguma mudança no mundo da política. Mas é preciso ter presente que esta última modalidade de eleitor não represente a totalidade do eleitorado investigado e, principalmente, essas duas categorias não são, necessariamente, excludentes. O fato de o eleitor não acreditar na possibilidade de alguém se manter “puro” depois de entrar no mundo da política não é suficiente para fazer com que o mesmo deixe, por exemplo, de votar em algum candidato. Se isso acontecesse, deveríamos ter índices muito mais altos de votos brancos e nulos do que efetivamente podem ser contabilizados nas eleições.

Trata-se de um eleitor que, embora não acredite que alguém possa sobreviver às tentações do mundo da política, do “poder”, não deixa de tentar encontrar, entre os candidatos, os que manifestarão de forma menos negativa os resultados dessas tentações. Até por que, deixar de votar (votar em branco ou anular o voto) não teria, do ponto de vista prático, impacto sobre tal realidade, pois apenas faria com que os

políticos que “já estão lá” continuassem “no poder”, o que não seria muito diferente de eleger outro que, supostamente, faria praticamente as mesmas coisas e da mesma forma.

Do mesmo modo, e pelo mesmo princípio, essa desesperança também não se converte em altas taxas de renovação nas eleições, pois a lógica também funciona no sentido inverso. Ou seja, eleger sempre candidatos “novos” tampouco resolve o problema, pois o pressuposto é de que, quando eleito, ele vai acabar se tornando igual aos outros (contaminado pelo mundo da política). Portanto, pouco ou nada resolveria mudar os políticos que “estão no poder”, sendo, inclusive, conveniente manter os que “estão lá”, pois ao menos os eleitores têm referências de quanto ele foi influenciado pelas mazelas da política, informação que não possuem dos que são apenas candidatos, os quais podem ser ainda piores.

Nesse contexto, o eleitor constantemente vive num movimento de aproximação e afastamento do “mundo da política”. Obrigado a votar, ele precisa ter o mínimo de informações para escolher o candidato que desperte nele, por mínimo que seja, algum sentimento de esperança. Como ele não acompanha a política nem os políticos com a mesma intensidade durante todo o tempo, é durante o “tempo da política” que ele procurará colher mais informações minimamente necessárias para fazer tal escolha, afastando-se novamente ao término da eleição.

Isso não significa, contudo, que esse eleitor não seja capaz de armazenar informações acerca de realizações dos governos. Obras e políticas públicas de grande impacto são levadas em consideração e lembradas, durante o “tempo da política”, como elementos que pesam a favor ou contra o governo em exercício, o que serve de referência na decisão do eleitor (especialmente se o atual governante for candidato a reeleição ou manifestar apoio intenso a determinado candidato). Contudo, não é exatamente o governo como um todo que sofre tal avaliação, mas alguns feitos do governo que são utilizados para elaborar uma avaliação geral do mesmo e, em especial, do seu executor.

Outro fator que contribui para o personalismo das escolhas eleitorais é o aspecto conjuntural das campanhas que antecedem eleições locais. Os temas que

geralmente entram na pauta do debate não são os mesmos que permeiam os debates em eleições para governador ou presidente, pois as responsabilidades de um prefeito, assim como as áreas que estão sob a responsabilidade do município e sobre as quais o prefeito tem, efetivamente, poder de decisão, não são as mesmas. Grande parte dos debates e das propostas apresentadas pelos candidatos, diz respeito a questões específicas e problemas próprios do município e daquele momento histórico em que acontecem as eleições – ou seja, do “tempo da política”. Questões como saneamento, asfalto, creches, escolas, miséria, postos de saúde e atendimentos à comunidade, transporte, acabam concentrando quase todo o esforço discursivo dos candidatos<sup>57</sup>. No caso de Itajaí, especialmente nas últimas eleições municipais, tivemos o Porto Municipal como um dos principais elementos constitutivos da campanha eleitoral.

Passa-se, assim, a discutir questões específicas, especialmente de ordem prática e pragmática, dificilmente levando-se o debate para o campo ideológico-partidário. As diferenças entre os candidatos são percebidas – quando o são – sob a forma de resolver esses problemas específicos ou na priorização deste ou daquele problema como sendo o mais importante.

Contudo, a análise não parece ser assim tão simples. No caso de uma eleição municipal, onde as questões em debate são geralmente de nível local, em geral não são discutidos projetos políticos mais amplos, mas, justamente, propostas relacionadas a temas conjunturais específicos. A ênfase da campanha pode se dar na *eficiência* com que cada candidato (ou governo ao qual está associado) lidou (ou lidará) com políticas ligadas à busca de soluções para esses temas. Contudo, isso não significa que seja impossível um debate acerca de prioridades e propostas diferentes sobre como tratar desses problemas.

Ora, a definição de prioridades (ou a avaliação do que foi feito) pode corresponder a uma materialização das diferenças ideológicas que são características

---

<sup>57</sup> Até por que, não faria muito sentido candidatos a prefeito discutirem alternativas para a política econômica do país ou sobre a relação do Brasil com organismos internacionais, por exemplo, tendo em vista que esses são temas que fogem a sua capacidade de intervenção.

dos partidos enquanto instituições políticas mais amplas. Ou seja, as diferenças ideológicas – quando e se existem – aparecem de formas diferentes em campanhas nacionais e locais. Em campanhas para presidente da República, por exemplo, os debates podem se dar – e freqüentemente se dão – sob uma perspectiva mais ideológica, abstrata no que tange às estratégias e “rumos” a serem seguidos pelo governo. Mas, em eleições locais, esse tipo de debate dificilmente acontece, ao menos não nesse nível de abstração.

Em eleições municipais, os debates se dão sobre questões de ordem mais pragmática, remetendo a formas concretas de resolver problemas concretos, que são reais e palpáveis aos eleitores. Em suma: numa campanha municipal, diferenças ideológicas, se aparecerem, vão se manifestar nas ênfases dadas pelos candidatos a certas políticas/programas e na forma de abordar e apresentar soluções para os variados problemas, e não em discursos abstratos ou em grandes projetos alternativos de nação ou de modelo de gestão<sup>58</sup>.

Desse modo, o eleitor, muitas vezes, escolhe o candidato que afirma que irá resolver, mais do que os outros, os problemas que mais lhe atingem enquanto cidadão – “consumidor” dos serviços do governo.

Político é político, não adianta. Depois que se elege acaba indo tudo pro mesmo rumo (...) O que a gente tem que fazer é ver quem é mais comprometido com povo. Tem que ver quem é melhor. Tem uns que fazem um monte de promessas maravilhosas, mas a gente sabe que não vai fazer depois<sup>59</sup>, por que são tudo corrupto mesmo. E depois também não depende só dele (...) Tem que valorizar quem é uma pessoa boa e que vai resolver de verdade os problemas da gente. Tem que ser alguém que faça as coisas, não que só promete. E para isso eu não ligo muito para o partido não, que quem vai fazer não é o partido mesmo (...) Quem vai fazer é o prefeito e o pessoal que

---

<sup>58</sup> Exceção feita, por exemplo, em relação ao debate sobre a “gestão participativa”, marca registrada do Partido dos Trabalhadores e que também fez parte do debate mantido durante a campanha para as eleições municipais de outubro de 2004 em Itajaí.

<sup>59</sup> Note-se que uma vez mais aparece a concepção de que boas propostas não são suficientes para garantir uma boa atuação a um candidato. Primeiro por que, embora essas propostas sejam “boas”, podem estar sendo apresentadas por um político “desonesto” que, portanto, não irá cumpri-las. E segundo por que ainda que um determinado candidato tenha boas propostas e seja honesto o suficiente para cumpri-las, pode não ser hábil o suficiente para fazer valer suas vontades junto ao “mundo da política”.



ele escolher para trabalhar com ele (Eleitora de 49 anos, 4ª série primária, dona de casa).

Os partidos parecem saber da importância que questões conjunturais têm no processo eleitoral. Mas evitam, contudo, envolver-se em debates que não lhes são atrativos eleitoralmente. Assim, não são todos os assuntos em pauta no “tempo da política” que são abordados por todos os candidatos. Cada candidato procura enfatizar os temas que julga mais importantes e interessantes para ele, seja para lhe favorecer ou por favorecer suas propostas, seja por comprometer a imagem de seus adversários.

Referimo-nos à ênfase atribuída pelos candidatos a determinadas questões, pois embora os temas sejam “selecionados” pelos candidatos a partir daquilo que eles – e suas equipes, partidos, etc. – julgam mais interessante para sua campanha e seu discurso, eles não podem, em muitos casos, relegar, por completo, à marginalidade, temas que são socialmente considerados de grande importância. Claro que no caso de haver um debate intenso – que pode, por exemplo, ser detectado por pesquisas de opinião – os candidatos não poderão se furtar a discutí-los, mesmo que o tema seja menos favorável a ele do que a seu adversário. Até por que, se seu adversário investir grande parte de seus esforços para “explorar” justamente este tema que lhe é menos favorável, ele terá, ao menos, que se “defender”<sup>60</sup>.

Além disso, os candidatos também procuram criar, construir temas e debates que julgam favoráveis para suas estratégias eleitorais para depois “vender” a idéia de que eles são importantes. Não apenas os temas debatidos, mas também a

---

<sup>60</sup> Tomemos as últimas eleições municipais em São Paulo como exemplo. Mais especificamente o caso da candidata à reeleição Marta Suplicy. Se tomarmos como referência a grande importância atribuída, tanto pela população em geral quanto pela mídia e, claro, por seu adversário, José Serra, ao seu mau desempenho na área da saúde, para ela não era interessante o debate sobre a saúde, onde ela “tinha ido mal”, segundo as avaliações predominantes (e ela própria reconheceu isso). Mas, como era um dos principais problemas apontados pela população (em pesquisas de opinião), ela foi obrigada a abordar o assunto. Talvez não o tenha feito da forma mais adequada, visto que parece não ter lhe surtido bons resultados eleitorais, mas provavelmente teria sido pior se ela “fugisse” do debate, especialmente por que era um dos temas mais enfatizados pelo seu principal oponente.

importância dada a cada um deles não são de todo socialmente construídos, pois as próprias campanhas procuram construir um campo propício para maximizar o seu potencial eleitoral, enfatizando alguns temas e deixando outros de fora do debate político.

Os candidatos não apenas “elegem”, com relativa autonomia, os temas que serão debatidos durante a campanha, mas também “vendem” os mesmos como sendo mais importantes que os outros. Isso, contudo, não significa que eles tenham o poder de “inventar” temas e prioridades que serão debatidos durante o “tempo da política”. Isso porque, embora os candidatos tenham essa certa autonomia para privilegiar os temas que lhes são mais favoráveis, a “realidade” tem importância fundamental. Partindo de uma perspectiva mais ideológica, muitos são os autores que criticam o que se convencionou chamar de pasteurização das campanhas por elas não se basearem nas propostas de cada partido/candidato, mas sim em pesquisas de opinião. Isso acabaria contribuindo para tornar as propostas dos diversos candidatos muito parecidas, justamente por se basearem nas prioridades levantadas pelos próprios eleitores. Porém, o que acontece é que, embora não possa “inventar”, “tirar do nada” temas que serão explorados durante a campanha por que lhe favorecem, os candidatos possuem certa autonomia para eleger, entre os temas prioritariamente apontados pela população, aqueles que mais lhes interessam, seja por ser um tema no qual seu desempenho discursivo é melhor, seja por ser um tema que tem grande impacto negativo sobre a campanha de seu(s) adversário(s).

Como o voto é decidido pelo estabelecimento de um vínculo de confiança do eleitor para com o candidato, é de fundamental importância que este seja *conhecido* por aquele. Conhecer o candidato, saber de sua vida, de sua família, de sua história, é decisivo para o estabelecimento dessa confiança. Por isso, o candidato deve parecer o mais próximo possível do conjunto de valores julgados importantes pelos eleitores que pretende “conquistar”.

A gente vai escolher alguém que vai governar a nossa cidade por quatro anos. Não pode ser qualquer um. Não pode ser alguém que a gente não pode confiar (...) Já pensou largar a cidade na mão de uma pessoa que a gente não sabe direito se

é decente ou não? Você vê: o Volnei nunca foi prefeito, mas ele foi vereador e agora é deputado. É uma pessoa boa. Eu conheço a família dele e tudo (...) Nas outras eleições eu já votei nele também, mas ele não ganhou. Eu conheço a família dele até. São gente boa e trabalhadora. Já o Macagnã, 'Deus me livre' (...) Ele já foi prefeito uma vez e roubou tudo o que podia e mais um pouco (...) A família inteira tirou uma casquinha da prefeitura. Você acha que se ele ganhar vai se preocupar com a cidade? Vai nada! O que ele vai fazer é tirar tudo o que puder. Só vai se preocupar com ele mesmo e com os parentes dele, como da outra vez (Eleitor de 63 anos, sem escolaridade, aposentado).

Como se vê, trata-se de uma confiança que precisa nascer do fato de o eleitor conhecer o candidato. O eleitor confia em quem ele conhece. E este conhecimento é construído com a combinação de uma série de elementos, os quais vão desde as relações familiares à avaliação de desempenho, incluindo aqui "julgamentos" de ordem moral. Podemos perceber, no depoimento acima, que o eleitor "confia" em Morastoni por conhecer sua família e, com base no conhecimento que tem de sua atuação como vereador e deputado, sabe que pode confiar nele. Note-se que temos aqui um processo de avaliação que contempla aspectos de ordem moral e familiar, mas que não deixa de levar em consideração questões de avaliação de desempenho do candidato, as quais, para poder serem utilizadas como elemento de decisão, precisam contar com a memória do eleitor e, principalmente, com a existência de informações no imaginário político desse eleitor, que lhe permitam realizar juízos avaliativos pelos quais este chega à conclusão sobre qual candidato receberá seu voto.

Portanto, não se trata apenas de um voto determinado em função de juízos morais, mas de uma combinação destes com o resultado de um processamento, feito pelo eleitor, a partir de informações armazenadas, as quais se referem à avaliação da atuação dos candidatos em instâncias, especialmente políticas, junto às quais os mesmos tenham construído uma história. Ou seja, um bom candidato precisa ser, antes, um bom cidadão, mas estas avaliações são feitas separadamente. Ser (re)conhecido como um bom cidadão depende de uma boa avaliação de sua pessoa

no que se refere à dimensão moral. Já ser um bom candidato depende da avaliação que os eleitores fazem acerca da atuação anterior do cidadão junto ao meio político. É assim que, na opinião dos próprios eleitores, existem candidatos que são excelentes cidadãos, mas “não servem para ser políticos”, do mesmo modo que existem aqueles que são “políticos experientes, que até fazem alguma coisa por que conhecem bem a política, mas que nem a própria mãe confia neles” (Eleitor de 22 anos, 2º grau, desempregado).

Assim, é preciso saber da capacidade política dos candidatos, como é importante conhecer suas características morais, seus valores e seus costumes e tradições, pois isso vai dizer se ele será honesto e bom o suficiente para merecer o voto do eleitor. Esse conhecimento do candidato pelo eleitor pode se dar de várias formas: o eleitor pode tê-lo conhecido antes dele se tornar “político”; pode conhecer sua história e seus feitos – políticos ou não – através de amigos e pessoas conhecidas; pode conhecer algum familiar do candidato e transferir a este a confiança que detém naquele; pode mesmo conhecê-lo através da campanha eleitoral. Não é “em vão” – no sentido de que não é mero acaso ou fruto da intuição dos “marketeiros de plantão” – o fato de cada vez mais candidatos terem lançado mão de estratégias de campanha que enfatizam aspectos familiares e morais explícitos. O aparecimento de familiares dos candidatos em eventos e programas eleitorais é um exemplo típico disso<sup>61</sup>.

A esposa dizendo como o candidato é “um bom marido”, os filhos dizendo como ele é um “bom pai”, os pais dizendo como ele é “um bom filho”, amigos dizendo como ele é um “companheiro fiel”, imagens mostrando o candidato em ambientes familiares, religiosos. Tudo isso constitui um conjunto de argumentos para construir uma imagem do candidato como sendo alguém em quem o eleitor pode confiar, pois sua história e as pessoas que o conhecem são testemunhas de sua honestidade, de sua decência, de sua “dignidade”.

---

<sup>61</sup> Familiares que, vale ressaltar, não aparecem nas campanhas para debater ou apresentar as propostas de governo do candidato, mas para falar de suas características como pai, irmão, filho, marido. São sempre características pessoais, que tratam da formação moral e dos valores familiares do candidato.

Contudo, é importante ressaltar uma vez mais, esses elementos não decidem, sozinhos, a totalidade dos votos dos eleitores, mas são combinados, no processo de avaliação dos candidatos, com elementos de avaliação de desempenho e da atuação dos candidatos junto a órgãos políticos e/ou de representação de interesses, compondo um complexo processo de determinação das escolhas eleitorais.

Porém, de certo modo, poderíamos afirmar que o eleitor toma esses elementos morais e de valores familiares como referência para “julgar” a capacidade política dos candidatos e, conseqüentemente, seu potencial para ser ou não um bom governante. Parece que a clássica filosofia do “rouba, mas faz” já não tem tanto poder assim do ponto de vista explicativo, pois o eleitor parece, cada vez mais, dar grande importância à “pureza ética” dos candidatos. Ou seja, parece que cada vez mais ser um bom cidadão tem se tornado fator decisivo para poder se tornar um bom candidato. Vejamos o que diz um eleitor de 26 anos, ao falar de Macagnã:

Um cara desses não poderia nem ser candidato. Todo mundo sabe que é ‘trambiqueiro’ e leva vantagem em tudo. Não tem ética nenhuma. Não foi nem capaz de cuidar do próprio pai. Quando o coitado ficou velho, enfiou ele num asilo para se livrar de ter que cuidar dele (...) Que tipo de político ele pode ser? Se não cuida nem da família, como é que vai cuidar do povo? Isso é ‘conversa pra boi dormir’ (Eleitor de 26 anos, superior incompleto, professor).

Os eleitores frequentemente acabam tomando elementos de aspecto valorativo e moral para avaliar a capacidade administrativa dos candidatos. Se fez um bom governo, é por que era bom e honesto, e se for bom e honesto, tem grandes chances de fazer um bom governo (embora, como já argumentamos, não seja garantia). Ser “bom” e “honesto” parece ser, na opinião do eleitor, condição imprescindível para um político digno de receber seu voto, muito embora não seja suficiente (Silveira, 1998). Isso por que, embora o eleitor não vote em quem ele julgue desonesto, tampouco ele vota em quem é honesto, mas “não tem nenhuma experiência administrativa”. Ou seja, ser honesto, embora seja condição “indispensável”, não é condição suficiente para o eleitor decidir seu voto.

Você veja bem. Tem que ser uma pessoa boa, honesta, mas também tem que ser uma pessoa que conheça as manhas da política. Tem que ser alguém que tenha pulso firme e consiga fazer as coisas depois (...) Não adianta só ser bonzinho (...) Tem que ser bom político também. De boas intenções o inferno está cheio, não é assim que dizem? (Eleitor de 50 anos, 3ª série, jardineiro).

Como aponta Carreirão (2002), no processo de avaliação dos candidatos que o eleitor realiza, são tomados elementos tanto de seu passado e sua experiência administrativa quanto de caráter pessoal, ligados à imagem do candidato. O que nossas pesquisas demonstraram é que freqüentemente esses elementos são como que cruzados entre si, se influenciando mutuamente. Ou seja, parece que a avaliação que o eleitor faz da imagem moral do candidato influencia a forma como ele avalia a capacidade administrativa do mesmo. O candidato será um bom governante se for moralmente um bom sujeito (cidadão). Do mesmo modo, se ele revelar-se um mau governante, é por que ele não era honesto e “bom” o suficiente do ponto de vista dos valores e da tradição moral. Ora, ser “bom” e “honesto” é condição necessária para ser um bom governante, embora não seja suficiente, pois, como já argumentamos anteriormente e como é possível perceber nas palavras do eleitor acima citado, é preciso ainda ser capaz de manter tais características junto ao “Mundo da Política”. Por isso é que, na opinião dos eleitores, todo o bom político foi e é um bom cidadão, embora nem todo o bom cidadão seja capaz de ser um bom político.

De todo modo, as observações que nos são possíveis a partir das pesquisas que realizamos apontam para a necessidade de realização de um esforço analítico que contemple tanto aspectos objetivos – avaliação de governo, passado do candidato, análise das propostas – quanto subjetivos – moralidade, honestidade – para a compreensão do processo que desencadeia as escolhas eleitorais. Contudo, nos parece de fundamental importância o fato de que mesmo os aspectos objetivos freqüentemente são “analisados” pelo eleitor sob uma perspectiva moral. Ou seja, mesmo quando realiza uma avaliação mais analítica/informada/objetiva, o eleitor não

deixa de ter presente, como uma espécie de “pano de fundo” sobre o qual ele analisa os elementos mais objetivos, categorias ligadas ao mundo da moralidade.

### ***3.5 Escolaridade, “Sofisticação Política” e o Modelo do “Eleitor Interpretante”: Sobre como o Eleitor Consegue as Informações Políticas e o Uso que faz delas***

Algo que também é importante ser ressaltado é a relação entre escolaridade e “sofisticação política” que pudemos perceber através de nossas pesquisas. Autores como Carreirão (2002) tomam o índice de escolaridade como um elemento que, de algum modo, pode ser tomado como aproximador da sofisticação política. Muito embora os eleitores entrevistados não apresentassem elementos que pudessem contradizer por completo esse pressuposto, nos parece que ele deve ser um pouco relativizado.

Embora os dados das entrevistas qualitativas mostrassem que é entre os eleitores de maior escolaridade que encontramos uma maior coerência, por exemplo, entre a avaliação de desempenho do governo municipal e a determinação do voto, nem sempre os eleitores mais escolarizados foram os que, nessas mesmas entrevistas, apresentaram maior coerência de argumentos, maior articulação de idéias, e maior envolvimento político, maior identidade partidária e interesse pela política de modo geral.

Encontramos pessoas com baixos índices de escolaridade que apresentavam grande envolvimento e centralidade política, especialmente ligados à atuação junto às associações profissionais e associações comunitárias<sup>62</sup>. Essas pessoas demonstram grande conhecimento acerca de questões ligadas ao “mundo da política”, articulam

---

<sup>62</sup> Embora, como mostramos em sessão anterior, parcela significativa dos eleitores entrevistados demonstrassem desejo de se identificarem como pertencentes a um mundo distante ao mundo da atuação política pelo fato de este estar contaminado pela impureza típica da política, isso não elimina a existência de eleitores que demonstram grande envolvimento com organizações coletivas e de representação, embora estes fossem encontrados em proporções bem menores.

de modo bastante coerente idéias e argumentos, conseguem situar a si mesmas e seus papéis no mundo político, possuem identidade com partidos políticos e argumentos para justificá-la e são capazes de associar atitudes políticas dos governantes às ideologias de seus partidos<sup>63</sup>. Contudo, vale ressaltar uma vez mais, estes eleitores estão em grande minoria dentro do quadro de entrevistas que realizamos para a construção deste trabalho.

Parece, pois, que a "sofisticação política", embora seja fortemente influenciada pela escolaridade, também pode ser determinada pelo envolvimento e pela participação dos indivíduos em questões – e ambientes – propriamente políticos. Ou seja, o exercício da participação política e a militância em movimentos sociais e de organização coletiva parecem ter um efeito de "politização" capaz de "substituir" a escolaridade no processo de "sofisticação política" do eleitor. Dentro dos argumentos apresentados pela perspectiva sociológica de interpretação do comportamento eleitoral, parece haver uma forte influência do meio e do convívio sociopolítico dos indivíduos na configuração de seu perfil de envolvimento, no seu nível de politização.

A escolaridade pode fornecer elementos que podem facilitar a compreensão e possibilitar a articulação de idéias e a interpretação de fenômenos, mas parece não ser capaz de motivar os indivíduos a fazê-lo. Em outros termos, altos índices de escolaridade, embora forneçam maiores condições (cognitivas, inclusive) para a formação de um "eleitor interpretante", para parafrasearmos o modelo do "cidadão interpretante" de Porto (2002), não é condição suficiente para torná-lo um eleitor envolvido e interessado com a política, ou seja, um "eleitor sofisticado". Por outro lado, indivíduos que demonstram grande motivação para a política, conseguem suprir uma possível "deficiência" cognitiva decorrente da baixa escolaridade pelo aprendizado proporcionado pelo envolvimento em movimentos sociais, partidos, associações de categorias e outras formas de organização política, bem como as convivências e socializações por eles proporcionadas.

---

<sup>63</sup> Sem querer entrar no caloroso debate acerca da existência ou não de diferenças ideológicas suficientes para fazer uma distinção entre os partidos, estamos aqui nos referindo à capacidade, demonstrada pelos referidos eleitores, de perceber diferenças de "conteúdo" entre os partidos, de avaliar os comportamentos dos políticos e de estabelecer relações "lógicas" coerentes entre ambos.



Eu participo do sindicato já tem mais de 15 anos, e faço parte da associação [de bairro] desde que ela existe. Já fui presidente e tudo (...) Nesse tempo todo a gente aprende muita coisa, sabe? A gente acaba se envolvendo na política e aprende muita coisa de como as coisas funcionam. Já perdi a conta de quantas vezes já falei com prefeito e até deputado (...) A gente acaba até aprendendo aqueles que prestam e aqueles que não prestam (...) Já teve até partidos que vieram me procurar para concorrer a vereador por eles, mas eu conheço os partidos e sei direitinho os que vale a pena se envolver. Eu sou do PT por que o PT sempre lutou pelos trabalhadores e sempre foi ético. É o partido que se preocupa de verdade com os pobres (...) Não é como esses PFL's e PP's da vida (...) Com o tempo a gente acaba vendo quem é que está por trás desses partidos e o que é que eles defendem. A ideologia deles é do capitalismo, só que eles não assumem isso por que não querem perder votos, mas não adianta, por que a gente sabe quem está por trás deles (...) São mais de vinte anos de estrada. Isso ensina muita coisa, sabe? (Eleitor de 39 anos, 6ª série, líder comunitário).

Aqui se faz necessária uma observação. O fato de existir um eleitor "politicamente sofisticado" como este, não significa que devamos deixar de perceber a importância que tem o fato de o mesmo fazer parte de uma minoria dentro do universo dos eleitores. O exemplo aqui tomado tem o intuito de demonstrar que a associação entre o índice de escolaridade e a sofisticação política não é imediata. Mas isso não significa que a linha argumentativa até aqui desenvolvida – a do eleitor pouco informado e pouco politizado, para ser direto – possa ser posta em "xeque". Apenas, como esperamos ter deixado claro, estamos atentando para o fato de esse último, apesar de ser maioria, não representa a totalidade do eleitorado itajaiense. Existem exceções importantes e que precisam também ser analisadas, e o "eleitor sofisticado" é, pois, uma delas.

Os indivíduos constroem o mundo à sua volta, mas também são construídos por ele. Há uma determinação recíproca entre as estruturas socialmente legitimadas e a consciência dos indivíduos. A "consciência política", portanto, parece que pode ser desenvolvida pela ação política, pelo envolvimento em organizações políticas e pela participação política.

Longe de pretendermos nos envolver na clássica – e possivelmente infundável – discussão da relação (de determinação) entre indivíduo e estrutura, que historicamente tem ocupado as ciências sociais, o que estamos sugerindo é que, por mais intensas e consistentes que possam ser as críticas que podemos dirigir ao modelo dialético, ele parece ter certa parcela de razão ao afirmar que a “consciência política” é fortemente determinada pelas experiências sócio-históricas dos indivíduos. Ou seja, o meio no qual o indivíduo – ator político, eleitor – está inserido, através das práticas sociais que lhes são correspondentes, tem poder de influência sobre a forma como esse indivíduo entende – e explica – o próprio mundo, o mundo político, no nosso caso.

Embora a escolaridade seja um elemento importante para a determinação da capacidade de interpretação das informações políticas às quais o indivíduo tem acesso, por exemplo, ela parece não ser suficiente para motivar este mesmo indivíduo a buscar compreender e envolver-se no mundo propriamente político. Isso é algo desenvolvido com a participação, com as experiências vivenciais de cada sujeito. É na prática da ação política que o ator político se “aprimora”, se torna um eleitor mais sofisticado e, conseqüentemente, mais coerente do ponto de vista da teoria democrática.

Analisando os dados quantitativos de que dispomos, podemos perceber que a escolaridade dificilmente pode ser tomada como categoria determinante do voto nas eleições municipais de outubro de 2004 em Itajaí. Isso porque não há uma tendência clara de aumento ou diminuição das intenções de voto em nenhum dos candidatos à medida que se vai dos eleitores menos escolarizados para os mais escolarizados. Vejamos os números.

**Tabela 5:** Intenção de Voto por Escolaridade – Julho de 2004

	Lê e Escreve	1ª à 4ª	5ª à 8ª	II Grau	Superior	Total
Volnei Morastoni (PT)	50	36,2	42,3	53	44,9	45,4
João Macagnã (PFL)	25	45	38,2	33,2	39,5	37,8
Marcus Sodré (PSTU)	---	2	0,9	1,2	---	1,0
B/N/NS/NR	25	16,8	18,6	12,6	15,6	15,7
Total	12	186	220	204	68	690

**Fonte:** NESP.**Tabela 6:** Intenção de Voto por Escolaridade – Agosto de 2004

	Lê e Escreve	1ª à 4ª	5ª à 8ª	II Grau	Superior	Total
Volnei Morastoni (PT)	30,8	31,8	35,6	39,3	45,7	36,2
João Macagnã (PFL)	38,5	51,1	43,8	41,8	36	45
Marcus Sodré (PSTU)	---	0,5	---	1,2	---	0,1
B/N/NS/NR	30,7	16,6	20,6	17,7	19,3	18
Total	13	212	193	202	74	694

**Fonte:** NESP.**Tabela 7:** Intenção de Voto por Escolaridade – Setembro de 2004

	Lê e Escreve	1ª à 4ª	5ª à 8ª	II Grau	Superior	Total
Volnei Morastoni (PT)	55,6	40,3	49	48,7	48,6	46,6
João Macagnã (PFL)	22,2	44,3	38,8	39,6	37,4	40,4
Marcus Sodré (PSTU)	---	1	1,5	1	2,2	1,3
B/N/NS/NR	22,2	14,4	10,7	10,7	11,8	11,7
Total (N)	13	204	227	273	79	796

**Fonte:** NESP.

Como se pode notar, os diferentes níveis de escolaridade não possuem relação direta com diferentes índices de intenção de voto em nenhum dos candidatos, na média das três pesquisas realizadas. Embora na pesquisa realizada em agosto houvesse uma maior proporção de eleitores que lêem e escrevem que manifestaram intenção de voto em Volnei Morastoni, comparativamente às pesquisas realizadas em julho e setembro, não nos parece ser suficiente para afirmarmos que isso seja uma tendência. Até porque, tal aspecto pôde ser observado na pesquisa realizada em agosto, mas o mesmo não acontece na pesquisa anterior, realizada em julho, nem na posterior, realizada em setembro, o que nos parece suficiente para percebermos que não se trata nem de uma correlação que esteja em declínio, nem de uma tendência em ascensão. Antes, parece-nos mais plausível a hipótese de que tal quadro seja reflexo do fato de serem justamente os eleitores com menor grau de escolaridade os mais suscetíveis à influência da mídia e do marketing eleitoral, de modo que os dados das pesquisas estariam captando apenas o reflexo das campanhas eleitorais, construídas a partir de temas e questões específicas, os quais teriam maior poder de influência sobre aqueles eleitores menos escolarizados.

É possível perceber que parece haver uma correlação significativa entre escolaridade e votos Brancos, Nulos e Eleitores Indecisos. Como se pode notar nas tabelas acima, embora os índices de eleitores que afirmavam votar em branco, anular o voto ou que ainda não decidiram em quem irão votar se apresente relativamente estável entre os eleitores que possuem de 1ª a 4ª série até os eleitores que possuem nível superior, ele é significativamente mais alto entre os eleitores que apenas lêem e escrevem. Possivelmente isso também se deva ao fato de serem justamente esses eleitores os que possuem um conjunto mais restrito de ferramentas cognitivas capazes de captar e articular as informações referentes às questões propriamente políticas. Porém, esta é uma inferência difícil de ser sustentada, especialmente por que não há uma diminuição contínua desse índice à medida que aumentam os níveis de escolaridade (e, conseqüentemente, o conjunto dessas ferramentas cognitivas).

Além disso, é importante ressaltar que, nas três pesquisas analisadas, o número de eleitores entrevistados que pertenciam à categoria "lê e escreve" foi

muito pequeno (12 em julho e 13 em agosto e setembro), para ter significância estatística isoladamente. Ou seja, embora o conjunto da pesquisa seja estatisticamente válido, de forma isolada essa categoria não o é, pois o número absoluto de eleitores que nela se encaixam é muito pequeno.

De modo geral, também podemos afirmar que não há uma correlação significativa entre escolaridade e avaliação de desempenho do então prefeito Jandir Belline, conforme as tabelas abaixo.

**Tabela 8:** Avaliação de Desempenho do Prefeito Jandir Belline, segundo a Escolaridade dos Eleitores – Julho de 2004.

	Lê e Escreve	1ª à 4ª	5ª à 8ª	II Grau	Superior	Total (N)
Aprova	75,1	74,8	75,1	66,4	70,8	71,7
Regular	15,3	16,5	16,3	25,6	21,3	21,6
Desaprova	5,3	5,5	7,2	7,5	7,9	4,8
NS/NR	4,3	3,2	1,4	---	---	1,9
Total (N)	12	186	220	204	68	690

**Fonte:** NESP.

**Tabela 9:** Avaliação de Desempenho do Prefeito Jandir Belline, segundo a Escolaridade dos Eleitores – Agosto de 2004.

	Lê e Escreve	1ª à 4ª	5ª à 8ª	II Grau	Superior	Total (N)
Aprova	79,6	78,7	78,2	75,6	70,3	77,7
Regular	16,1	16,5	17,6	18,8	23,8	16,6
Desaprova	1,7	2,4	3,1	5,6	5,9	4,3
NS/NR	2,6	2,4	1,1	---	---	1,4
Total	13	212	193	202	74	694

**Fonte:** NESP.

**Tabela 10:** Avaliação de Desempenho do Prefeito Jandir Belline, segundo a Escolaridade dos Eleitores – Setembro de 2004.

	Lê e Escreve	1ª à 4ª	5ª à 8ª	II Grau	Superior	Total (N)
Aprova	55	70,4	69,4	69,8	71,6	69,5
Regular	31,9	18,5	23,5	24,2	21,4	22,2
Desaprova	10,1	9,8	6,1	6	7,1	7,2
NS/NR	3	1,3	1	---	---	1,1
Total	13	204	227	273	79	796

**Fonte:** NESP.

Como se pode notar, parece que a escolaridade não possui impacto significativo sobre a forma como os eleitores avaliam o prefeito Jandir Belline, especialmente se tomarmos as três pesquisas em seu conjunto. Pois, embora haja, nas pesquisas realizadas em julho e agosto, um progressivo aumento da avaliação negativa do prefeito à medida que aumenta o grau escolaridade do eleitor, o mesmo não acontece na última pesquisa, realizada no mês de setembro, o que torna difícil quaisquer inferências sobre algum tipo de tendência e/ou correlação forte entre as duas variáveis.

Assim, a escolaridade, por mais que tenha importante influência sobre a capacidade cognitiva e informativa do eleitor (embora nossa pesquisa não apresente dados para tal afirmação, a qual se situa no plano da especulação teórica, muito mais que na realidade observada), os dados analisados nos mostram que a mesma não possui correlação significativa com a avaliação de desempenho do Prefeito Jandir Belline, a exemplo do que foi possível ser notado com relação à intenção de voto dos eleitores itajaienses. Embora, é preciso ressaltar, o mais importante seria uma análise da correlação entre avaliação do Prefeito Belline e o voto segundo a escolaridade dos eleitores, o que nos permitiria realizar algumas inferências sobre se a escolaridade seria um fator determinante para a “coerência” entre essas duas variáveis. Contudo, não conseguimos realizar tal cruzamento de variáveis a partir dos dados quantitativos

de que dispomos, de modo que apenas as entrevistas qualitativas, embora nos apontem algumas possíveis tendências, não possuem significância estatística que nos permita tais inferências. Além disso, o fato de não ser o Prefeito Belline o candidato da situação e Macagnã possuir uma imagem pessoal e política significativamente negativa junto a boa parcela do eleitorado talvez tornasse a análise dessa correlação um pouco difícil.

Por sua vez, as entrevistas qualitativas nos mostraram que, apesar de não serem inexistentes, parecem ser em pequeno número os eleitores que poderiam ser chamados de sofisticados e/ou ideologicamente identificados. Além disso, dentre os poucos que afirmam possuir identificação partidária, uma minoria é capaz de justificar coerentemente essa identificação, articulando de modo minimamente lógico suas próprias opiniões com a “postura ideológica” de seu partido de preferência. O mais comum é a manifestação de justificativas *a posteriori*, ou seja, a adequação da justificativa depois de estabelecida a identificação. Isso porque a identificação partidária, quando existente, parece estar mais relacionada a tradições familiares, relações sociais e profissionais, ou mesmo em decorrência da identificação, de caráter personalista, com um determinado político vinculado àquele partido, que efetivamente relacionada a um conjunto de prerrogativas de ordem ideológica.

O eleitor afirma ser de tal partido por que seu “político preferido” faz parte dele. Aprende inclusive a defender este partido e apresentá-lo, discursivamente, como sendo melhor que os outros. Mas essa identificação freqüentemente se demonstra frágil, podendo ser rompida no caso, por exemplo, de o referido “político” mudar de partido. Foi o que pudemos perceber em alguns eleitores, e o que fica bem caracterizado em um trecho específico de uma entrevista com um eleitor que se dizia identificado com o PMDB. Desde o início da entrevista ele afirmou ser “do MDB”<sup>64</sup>. Mas ao justificar essa identificação, sistematicamente citava feitos e características pessoais de uma liderança política tradicional da cidade de Itajaí, historicamente

---

<sup>64</sup> Embora o MDB e o PMDB possuam identidade e ligações históricas fortíssimas – o primeiro deu origem ao segundo – é importante ressaltar que este eleitor, ao referir-se ao MDB, está nitidamente fazendo menção ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro, não ao seu antecessor do tempo do regime militar.

ligada ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro<sup>65</sup>. Quando perguntado se ele continuaria “do PMDB” se o político em questão mudasse de partido, após pensar um pouco, o entrevistado responde:

Acho que isso nunca vai acontecer, por que ele sempre foi do MDB. (...) Mas se por acaso ele mudasse, é por que alguma coisa aconteceu. Eu gosto muito dele. Ele foi o melhor prefeito que Itajaí já teve. O povo não sabe reconhecer isso, mas ele foi. É uma pessoa que a gente pode confiar (...) Mesmo se ele mudasse de partido, eu acho que ia votar nele assim mesmo (Eleitor de 63 anos, sem escolaridade, aposentado).

Alguns desses eleitores que apresentam identificação com um partido o fazem por extensão da identificação que possuem com um político específico que, por sua vez, está vinculado àquele partido. É como se o eleitor passasse a gostar daquilo que seu político preferido gosta e a defender o que ele diz que é bom, e isso inclui o partido. Mas isso, portanto, está vinculado ao fato de o “político” difundir o seu partido ou não, para que o eleitor possa “conhecê-lo”. O mais comum é encontrarmos eleitores que nem mesmo sabem a qual partido seu candidato preferido está vinculado, muito embora afirmem ser um “eleitor convicto” deste candidato, agindo inclusive como seu “agente eleitoral”.

Em geral, os eleitores não confiam nem nos partidos nem nos políticos. Contudo, como foi argumentado anteriormente, fazem dos períodos eleitorais um momento de reconstruir e renovar suas esperanças. Mas essas esperanças são, na maioria das vezes, acionadas pelo discurso e pelas estratégias de campanha de um ou mais candidatos específicos, não de um ou mais partidos. De modo geral, são os candidatos que despertam a esperança em dias melhores nos eleitores. Assim, os eleitores passam a defender o candidato que acreditam ser o melhor, reproduzindo o seu discurso e os seus argumentos. Desse modo, parte dessa “identificação” será transmitida ao partido, mas apenas se o candidato a ele vinculado estabelecer entre ambos uma relação de identidade, e na medida em que se der tal relação.

---

<sup>65</sup> Trata-se de Arnaldo Schmidt, prefeito de Itajaí na década de 80 e novamente entre 1992 e 1996, antecedendo o primeiro mandato de Jandir Belline.



Claro que existem também aqueles eleitores que possuem uma identidade consistente (e até mesmo histórica) com um partido, como demonstramos no exemplo anterior (o que poderia ser, talvez com um pouco de esforço, chamado de "eleitor sofisticado"). Mas são, sem dúvida, minoria. O que prevalece é uma identificação marcadamente personalista, estabelecida por influência da imagem passada pelo candidato na campanha, pela história política do candidato ou mesmo por influência do ambiente familiar, profissional ou de amizade. Assim, os eleitores escolhem – se identificam – com um candidato para depois defenderem o mesmo (reproduzindo seus argumentos) e, em alguns casos, seu respectivo partido.

Mas isso nem sempre acontece. É muito comum encontrarmos eleitores que nem mesmo são capazes de dizer qual é o partido do seu candidato, muito embora o defendam como sendo "o melhor" e façam campanha para o mesmo entre seus familiares e amigos. Muitos sabem apenas o número do candidato, ou melhor, do partido, mas ainda assim não são capazes de afirmar a qual partido o referido número remete. Assim, não foram raras as vezes em que nos deparamos com eleitores que diziam votar "no 25", ou "no 13", sem saber que tais números significavam, respectivamente, PFL e PT. Mais que isso. Quando questionados acerca desse fato, afirmavam que isso não era de grande importância, pois "o que realmente importa é o caráter do candidato, se ele é honesto, e a competência dele para fazer coisas boas para a cidade" (eleitora de 34 anos, superior completo, empresária).

É como se os partidos e os políticos fossem todos iguais, é verdade. Mas parece que, no imaginário do eleitor "comum", os partidos são mais iguais do que os políticos. Isso por que os partidos são estruturas – instituições – indissociáveis do "mundo da política". Portanto, toda a negatividade desse mundo é irremediavelmente associada a ele. Mas no caso dos candidatos, essa relação não é assim tão imediata, pois os candidatos são, além de políticos – ou candidatos, postulantes ao "mundo da política" – indivíduos que possuem história familiar, social, profissional, moral e ética do ponto de vista da sua experiência vivencial. Ou seja, muito embora enquanto políticos sejam todos iguais, enquanto indivíduos possuem trajetórias distintas. E

parece ser essa trajetória um elemento fundamental como determinante da análise – diferenciação – que os eleitores fazem dos candidatos na hora de decidirem seus votos.

Ontologicamente ligados ao “mundo da política”, os partidos são irremediavelmente portadores de todas as mazelas correspondentes a esse mundo, o que não acontece, necessariamente, com os candidatos, os quais antes de serem políticos são – ou ao menos foram – cidadãos socialmente identificados e identificáveis. Os candidatos têm um elemento de distinção que os partidos não têm: uma história sócio-moral.

Os partidos só servem mesmo é para atrapalhar (...) Muitas vezes até tem um cara que é bom, é honesto, e o partido acaba atrapalhando por que os chefes do partido são corruptos e não pensam como ele (...) Por isso que a gente tem que escolher alguém que seja bom, trabalhador, mas que também tenha pulso firme para não deixar o negócio descambar por causa desse pessoal. Não adianta ser uma boa pessoa antes de se eleger (...) Tem que ser forte para continuar sendo bom depois também (Eleitor de 26 anos, superior incompleto, professor).

Note-se que os partidos, em alguns casos, são inclusive descritos como agentes políticos que “mais atrapalham do que ajudam”. Alguns eleitores chegam mesmo a afirmar que “eles não são necessários” e, portanto, “nem deveriam existir”.

Contudo, aqui é mais uma vez necessária a compreensão de que esse não é um fenômeno de causalidade unilateral. Portanto, não pode ser tomado como um indicador de “irracionalidade” ou incoerência do eleitor. Isso por que sua desinformação acerca dos partidos é, em grande parte, fruto das estratégias adotadas por estes próprios partidos.

Durante o período de campanha, não se percebeu, salvo raras exceções, qualquer interesse explícito dos partidos em divulgar seus preceitos ideológicos ou sua história político-administrativa, por exemplo. Nos programas de televisão, nos discursos de campanha e nos materiais visuais utilizados durante o “tempo da

política”, o partido nunca foi apresentado como elemento de grande importância<sup>66</sup>. Pelo contrário, o número – que na verdade é do partido e não do candidato – aparece sempre com destaque muito maior do que a sigla do partido. Esta, em geral, aparece em letras pequenas e discretas em materiais de propaganda e no horário eleitoral da TV, por exemplo, pois a atenção do eleitor é direcionada para o número que lhe é correspondente.

Embora cada número corresponda a um partido, o eleitor, em geral, não é capaz, como se verificou através das entrevistas realizadas, de perceber que este número carrega consigo a história política do partido que representa. Assim, “ser do 25” ou “ser do 13” era apenas a maneira mais resumida de dizer que “ou se era Macagnã ou se era Volnei”. O número é o modo mais fácil e prático de “decorar” a fórmula para votar no candidato escolhido.

Não sei não, mas acho que desta vez vai dar 13. Quando a gente sai pelas ruas é que a gente sente. Tem muita gente com bandeira, faixa, santinho, placas, tudo do 13. Acho que dessa vez o Volnei vai entrar [ganhar as eleições] (Eleitora de 27 anos, 4ª série, dona de casa)<sup>67</sup>.

---

<sup>66</sup> E aqui é necessário registrar que isso, de modo geral, pode também ser afirmado em relação ao candidato do PT, partido que, como mencionamos anteriormente, é considerado mais preocupado com a identificação ideológica que os outros. Salvo algumas menções a políticas que são historicamente ligadas ao Partido dos Trabalhadores, como o orçamento participativo, no geral, a campanha de seu candidato em Itajaí foi também pouco preocupada em afirmar seus elementos de identificação ideológica. Até por que, como afirmamos anteriormente, a disputa é sempre relacional, e como grande parte da campanha se deu em torno de acusações e defesas pessoais, preocupações de ordem ideológica acabaram assumindo papel secundário. Mesmo a vinculação do candidato do PT, Volnei Morastoni, com o governo federal, por exemplo, era feita com base em relacionamentos pessoais. É o que fica evidente em um discurso vinculado em horário eleitoral: “O Volnei é amigo pessoal do Luís Henrique (Governador do estado) e do Lula (Presidente da República). Isso será fundamental para que mais verbas e mais programas sejam destinados para Itajaí (...)”. Além disso, poderíamos citar o próprio slogan da campanha petista, o qual dizia que “*agora é a vez do Volnei*”, mais uma vez enfatizando a importância de ser ele – Volnei – o prefeito de Itajaí, não atribuindo mesma importância ao fato de ser o PT a eleger o prefeito itajaiense.

<sup>67</sup> Embora possa parecer que há, neste depoimento, uma relação partidária com a eleição passada, a qual a eleitora deixa subentendido que toma como referência para afirmar que “dessa vez vai dar 13”, é preciso registrar que Volnei Morastoni também já havia sido candidato, pelo Partido dos Trabalhadores, nas duas últimas eleições (1996 e 2000). Ou seja, não foi o apenas o PT que concorreu nas últimas três eleições, mas, principalmente, foi o Volnei que concorreu. Assim, a referência ao passado remete, ao nosso ver, a uma identificação com o candidato Volnei que, por sua vez, está vinculado ao “13”, e não ao “13” enquanto elemento de vinculação ideológico-partidária.

Esta mesma eleitora, ao ser perguntada se “conhecia o partido do Volnei, do 13 e/ou se possuía identificação com ele<sup>68</sup>”, responde:

Há! É o mesmo partido do Lula, o PT. Eu não sou de partido nenhum não. Eu voto mesmo é na pessoa. É a pessoa que a gente tem que conhecer. Como o Lula. Ele é uma pessoa humilde, sofrida, trabalhadora (...) Se ele não fizer muita coisa, mas pelo menos a gente sabe que roubar ele não vai. Ele vai fazer o que der para fazer. E assim é o Volnei. Ele é meio bravo, meio ranzinza até, mas pelo menos é honesto. Eu acho que é assim que a gente escolhe o melhor político. Essa história de partido para mim não conta muito não. O mais importante é a pessoa (idem).

Como estrutura política, como instituição, o Partido Político não é digno de confiança para parcela significativa dos eleitores. Isso parece estar de acordo com as conclusões apontadas por Moisés (1995) acerca da crença dos brasileiros nas instituições democráticas. Segundo o autor, os brasileiros, de modo geral, não confiam nas instituições políticas – congresso, partidos, governos – ao contrário do que acontece em relação às instituições ligadas aos valores e à moral – igrejas, família, amigos. Os brasileiros são mais propensos a confiar em pessoas, especialmente aquelas “conhecidas”.

Mesmo quando são apresentadas relações entre “políticos” – por exemplo, entre o prefeito Jandir Belline e o candidato por ele apoiado, João Macagnã – essa relação se dá por identidades pessoais e não partidárias. Assim, eleitores afirmavam: “vou votar no Macagnã por que ele é amigo do Jandir e vai continuar o que ele começou. Ele ajudou o Jandir e conhece as coisas que o Jandir fez. Por isso ele vai continuar fazendo” (Eleitor de 46 anos, 6ª série, mecânico). Ou então:

Vou votar no Volnei por que ele é amigo do Lula, e isso é importante para Itajaí. Como eles são amigos, o Lula vai liberar mais verbas para Itajaí e assim o Volnei vai poder fazer mais coisas (Eleitor de 26 anos, superior incompleto, professor).

Como se nota, a maioria dos eleitores consegue estabelecer relações entre “políticos”, inclusive “políticos” ligados a diferentes níveis de governo. Contudo, essas

---

<sup>68</sup> A eleitora havia afirmado que votaria no candidato Volnei Morastoni, do Partido dos Trabalhadores.

relações são estabelecidas, na maioria das vezes através de identidades pessoais, de amizade, e não pelo fato de fazerem parte do mesmo partido.

Talvez este também seja um dos elementos que podem nos ajudar a entender por que, apesar de o governo do prefeito Jandir Belline possuir altíssimos índices de aprovação, o seu candidato, João Macagnã, não conseguiu se eleger. Isso por que a relação entre ambos não se dá – ao menos não exclusivamente – por uma proposta de continuidade ideológico-programática de sua filosofia de governo, e sim por uma tentativa de associação pessoal do candidato com o prefeito.

O próprio Belline aparecia nos programas eleitorais de Macagnã pedindo voto para este por que era o candidato em quem ele “confiava” e julgava o mais “competente” e o mais “preparado” para governar Itajaí. Veja que as características são de cunho pessoal. Mas aí entra um fator importante, qual seja, a rejeição pessoal que o candidato João Macagnã possuía entre uma parcela dos eleitores, especialmente os mais velhos. Isso tornava possível ao eleitor avaliar bem o prefeito Jandir Belline e não se sentir motivado a votar no candidato por ele defendido. O eleitor não percebia a associação entre os dois pelo viés da identidade partidária. Assim, Belline e Macagnã foram percebidos como dois indivíduos diferentes, com histórias diferentes e com trajetórias políticas distintas. É esta diferença que permite que a avaliação positiva do primeiro e a desconfiança em relação ao segundo sobrevivam no imaginário do mesmo eleitor sem se deixar influenciar pelo fato de ambos estarem “juntos” do ponto de vista ideológico. Porém, é importante ressaltar que o eleitor aqui descrito não representa a totalidade do eleitorado itajaiense. Pois, como já analisamos anteriormente (a partir da Tabela 2), existiu uma significativa correlação entre a avaliação positiva do prefeito Belline o voto em Macagnã. O que queremos demonstrar é que, na multiplicidade de elementos a serem compreendidos no processo de análise das motivações do voto, não existe uma categoria que, isoladamente, explique tal fenômeno. Assim, a identificação pessoal e personalizada dos candidatos, o que torna possível uma avaliação individualizada dos mesmos capaz de rejeitar um ou mais deles como possibilidades plausíveis de escolha

eleitoral, se mostrou também elemento importante na configuração do quadro de escolhas do eleitor de Itajaí em 2004.

Depois de serem “seduzidos” por um candidato – depois de identificarem, entre os concorrentes, aquele que avaliam ser o “melhor”, o “mais bom” – alguns eleitores não apenas votam nele, mas passam a defendê-lo em conversas familiares e com amigos, e a buscar convencer outras pessoas a também fazerem o mesmo<sup>69</sup>. O mais interessante é que esses “eleitores-cabos eleitorais” utilizam-se, como estratégia argumentativa em seus debates (na tentativa de conquistar novos eleitores para o “seu” candidato), exatamente os mesmos argumentos utilizados pelo referido candidato na campanha. Ou seja, a partir do momento que este eleitor passa a acreditar na imagem que determinado candidato vincula durante a campanha, ele passa também a tentar levar outros eleitores a fazerem a mesma coisa. Para isso, utilizam os mesmos argumentos que “funcionaram” para ele, quais sejam, aqueles utilizados pelo seu candidato.

Todas aquelas características positivas que o próprio candidato aponta para conquistar votos durante a campanha parece que só adquirem importância depois que o eleitor fez sua escolha. Até por que, muitas vezes trata-se de características que mais de um candidato afirma ter. Contudo, depois de ter definido o seu voto, o eleitor passa a afirmar que o seu candidato é o único que fala a verdade. Ou então que, por exemplo, no caso de ambos afirmarem que são honestos, sempre o eleitor descreve o seu candidato como sendo mais honesto que o(s) outro(s).

Mesmo que seja influenciado pelas estratégias de campanha, atendendo a apelos imagéticos e emocionais, o eleitor precisa articular logicamente um conjunto de argumentos para justificar, *a posteriori*, sua escolha. Até por que, o próprio eleitor nem mesmo se dá conta que elementos estritamente subjetivos foram determinantes

---

<sup>69</sup> É importante, uma vez mais, ressaltar que esses eleitores constituem minoria, o que significa que não estamos contradizendo o argumento anteriormente defendido de que a maior parte dos eleitores não apresenta interesse e envolvimento com a política (até porque, muitos desses eleitores fazem isso pela perspectiva de, com a vitória de “seu candidato”, conseguirem um emprego ou algum outro tipo de benefício pessoal). Contudo, como o objetivo do presente estudo é tentar compreender o maior número possível de elementos que influenciam na determinação do voto do eleitor itajaiense, é de grande importância que nos detenhamos também em sua análise.

para a definição de sua escolha. É como se todos os candidatos apresentassem motivos “coerentes” para os seus eleitores, capazes de fazerem os mesmos decidirem votar nele e não nos seus adversários.

Isso tudo reforça cada vez mais o caráter personalista das escolhas eleitorais. Isso por que essas características são sempre características dos candidatos, raramente sendo associadas ao partido ao qual eles pertencem<sup>70</sup>. Aliás, a própria forma pela qual os partidos e candidatos participam do processo eleitoral contribui para o personalismo, desde antes da disputa eleitoral ter início oficialmente. Referimo-nos às convenções partidárias que definem os candidatos de cada partido ou coligação. Nelas, a definição de qual será o candidato que irá concorrer segue, quase sempre, o critério do potencial eleitoral dos indivíduos – pré-candidatos – não o de seu comprometimento – ideológico – com o partido. Ou seja, terá a preferência na disputa pela vaga de candidato oficial aquele que tiver um maior potencial para conquistar votos, não aquele que for mais identificado histórica e ideologicamente, com o partido. O próprio partido age, desse modo, como um incentivador do personalismo *contra* a ideologização do voto<sup>71</sup>.

Além disso, parece que os partidos frequentemente fazem questão de não serem identificados como defensores dos interesses de segmentos específicos da sociedade, pois isso poderia significar a derrota nas disputas eleitorais. É mais atraente, do ponto de vista eleitoral, parecer que o seu candidato irá defender todos os segmentos – especialmente o “povo” (SINGER, 1990 e CASTRO, 1994) – pois isso

---

<sup>70</sup> Se bem que, por exemplo, a estratégia usada por João Macagnã, tentando ligar uma ação do governo federal, no caso do Porto de Itajaí anteriormente citado, à ação de Volnei Morastoni, relaciona, de alguma forma, o candidato ao seu partido e ao governo Lula. Pode-se, pois, afirmar que toda essa “ligação” é mediada pelo vínculo partidário. Porém, é preciso lembrar que o próprio discurso formulado para acusar o candidato Morastoni e vinculá-lo ao governo federal, embora também lembrasse que ambos pertenciam ao mesmo partido, não se furtou à oportunidade de reforçar o vínculo personalista entre ambos, dando grande ênfase ao fato de que “Morastoni é amigo do Lula”, frase inclusive veiculada no horário eleitoral tendo como imagem de fundo uma foto onde o candidato Volnei Morastoni abraçava o Presidente Luis Inácio Lula da Silva.

<sup>71</sup> Aqui é preciso ressaltar que não são inexistentes os casos em que alguns líderes partidários, mesmo não sendo os candidatos com maior potencial eleitoral, ainda assim conseguem ocupar o cargo de candidato oficial do partido, especialmente devido ao domínio que exercem sobre a máquina partidária ou à influência que possuem sobre um grupo majoritário dentre os filiados. Contudo, trata-se de casos mais escassos, o que não elimina a importância da análise apresentada.

é fator determinante para conseguir votos em todos os estratos sociais. É essa característica que leva Mainwaring (2001) a afirmar que os partidos no Brasil são como que “partidos ônibus”, pois tentam apresentar discursos eleitorais que visam a conquista de votos em todos os estratos sociais, sem nenhuma preocupação com a construção de uma identidade específica com parcelas do eleitorado<sup>72</sup>.

Em geral, esse fator também contribui para o enfraquecimento dos partidos como elemento de identificação por parte dos eleitores, na medida em que possibilita que aqueles sejam identificados como sendo “todos iguais”. A seletividade não é buscada pelos partidos, pois é vista como prejudicial, do ponto de vista eleitoral. É melhor para os partidos serem identificados como representantes de todos os segmentos sociais, e seus candidatos como governantes que irão governar para todos, melhorando a vida de toda a população.

O fato de as campanhas eleitorais, especialmente no tocante à utilização da mídia, colocarem uma grande quantidade de informações à disposição do eleitor pode, num primeiro momento, ser percebido como um indicativo da “racionalização” do processo eleitoral. Isso porque a disponibilidade de informações pode ser entendida como elemento capaz de munir o eleitor dos elementos necessários para avaliar os diversos candidatos e, assim, fazer suas escolhas de modo mais objetivo e reflexivo.

Contudo, parece haver aí um problema. Como demonstra Porto (2003), de pouco adianta a disponibilidade de informações, se o eleitor não tiver a capacidade de interpretá-las e, mesmo sendo capaz de fazê-lo, isso não será suficiente se não estiver inserido numa sociedade que lhe dê um significativo leque de “possibilidades de enquadramento”, ou seja, diversas matrizes interpretativas e explicativas capazes de fornecer elementos para organizar a reflexividade realizada a partir dessas

---

<sup>72</sup> É importante, aqui, fazer duas ressalvas: a) Mainwaring, ao desenvolver o conceito de “Partidos Ônibus” não se refere exclusivamente aos partidos brasileiros, afirmando que é algo que se pode perceber em grande parte do mundo democrático atual; e b) em sua análise, Mainwaring exclui dessa “categoria”, partidos como o PT e o PC do B, por serem, segundo ele, partidos diferenciados justamente pelo fato de apresentarem um discurso voltado aos interesses de segmentos específicos da sociedade, além de apresentarem comportamento ideológico e linha programática também bastante voltada a interesses não gerais, mas particularizados.



informações. Até por que, grande parte dessas informações – e também acontecimentos – já chega ao eleitor “digerida”, interpretada, dotada de significado, reconstruída, “pronta”, sendo apenas uma forma de legitimação da candidatura que a vincula. Dados, números, informações, acontecimentos, parecem adquirir maior importância depois que as escolhas são feitas. Além disso, as informações vinculadas pelo candidato da preferência do eleitor são, aos olhos deste, sempre verdadeiras, ao passo que são falsas as informações divulgadas pelos outros candidatos<sup>73</sup>. Trata-se, pois, de um eleitor ainda longe de ser um “cidadão interpretante”, para tomarmos aqui o modelo desenvolvido por Porto (idem) como referencial analítico.

Contudo, é preciso que tomemos o devido cuidado para não caricaturarmos um eleitor que só pensa depois de ter feito sua escolha. Mesmo por que, em algum momento, anterior à decisão, ele ponderou e processou as informações disponíveis, do contrário não teria decidido. O que estamos tentando explicar é que a racionalização, sistematização e justificação das conclusões tiradas a partir desse processamento de informações parecem ocorrer após a decisão ter sido tomada. Ou seja, embora grande parte dos eleitores considere as informações disponíveis – não apenas aquelas fornecidas pelos partidos, por exemplo, no horário eleitoral, mas também outras que ele consegue nas relações de amizade, no trabalho, com familiares, etc. – ele parece não conseguir estruturar suas opiniões e suas escolhas em função do uso que faz dessas informações. Antes, parece fazer uso delas apenas para justificar uma escolha que faz em função da credibilidade, que passa a possuir em um determinado candidato.

Mas é claro que isso não representa a totalidade dos eleitores. Não são inexistentes os eleitores que se utilizam das informações disponibilizadas durante a campanha – ou mesmo as que não são disponibilizadas, mas que ele consegue por que as procura – para “comparar os candidatos e assim escolher o melhor”. Até por

---

<sup>73</sup> Mesmo para o caso do chamado “contraditório”, pelo qual os candidatos passam a “desmentir” os discursos de seus adversários e, ao mesmo tempo, terem os seus discursos “desmentidos” por aqueles, pois ainda aqui a credibilidade do eleitor para com esse ou aquele candidato geralmente aparece como algo estabelecido anteriormente, ou seja, não é o discurso que faz boa parte dos

que, se não existisse este tipo de eleitor, fatos como o da polêmica acerca das verbas referentes ao Porto Municipal de Itajaí não teriam um efeito tão grande como o que tiveram, conforme já demonstrado anteriormente.

Essa capacidade de reflexão sobre as informações disponibilizadas por parte do eleitor está fortemente associada à sofisticação política do mesmo. São os eleitores que ocupam posições politicamente mais centrais<sup>74</sup>, nos grupos sociais dos quais fazem parte, os que demonstram possuir maior interesse e capacidade de interpretação e articulação das informações e dos argumentos apresentados durante o processo de campanha. Ou seja, parece haver um processo de determinação mútua entre a participação política e a sofisticação do eleitor: quanto mais central a posição do eleitor, mais politizadas tendem a ser suas ações e decisões políticas, e quanto mais politizado for esse eleitor, maior centralidade o mesmo tende a apresentar. São esses eleitores mais centrais (e mais sofisticados) que apresentam um conjunto maior de argumentos para justificar suas escolhas, além de articular esses argumentos de forma mais coerente.

Também é sobre esses eleitores mais sofisticados que parece ter maior impacto acontecimentos objetivos explorados pelos candidatos durante a campanha, pois os mesmos demonstram uma maior sensibilidade para questões conjunturais ligadas à campanha, além de demonstrarem maior capacidade de articularem objetiva e coerentemente informações que lhes são pertinentes. Assim, são esses os mais sensíveis a fatos objetivos explorados pelos candidatos em suas campanhas, como denúncias de corrupção, por exemplo.

Eu até ia votar no Macagnã, sabe? Até por que ele tem o apoio do Jandir [Belline, então prefeito de Itajaí] e o Jandir foi um ótimo prefeito. Mas depois que estouraram essas denúncias todas, ficou difícil sabe? Essa história do porto mesmo, acho que ele não se safa não, viu? (...) E olha que foi ele quem

---

eleitores acreditar no candidato, mas o fato de esses eleitores acreditarem no candidato que faz com que seu discurso seja aceito e reproduzido.

<sup>74</sup> Referimo-nos àqueles eleitores que são politicamente engajados, participam de movimentos sócio-políticos, organizações comunitárias, partidos, e que demonstram uma organização das idéias e das representações acerca do mundo político bastante coerente, a partir da teoria política clássica, por exemplo. São eleitores que demonstram interesse pela política, preocupam-se com questões políticas e, geralmente, exercem influência sobre as pessoas a sua volta.

começou, acusando o Volnei primeiro. Mas depois vieram aqueles documentos todos e a coisa ficou feia para ele (...) Muita gente não liga para isso não, mas é complicado você votar num cara que ficou comprovado que não é de confiança. Como é que a gente vai esperar um governo limpo depois? (Eleitor de 31 anos, superior completo, comerciante).

Note-se que são também os eleitores mais sofisticados politicamente os que apresentam maior capacidade de associação entre o atual governo – prefeito Jandir Belline – e o candidato por ele apoiado – João Macagnã, além de serem também os que dão maior importância a esta associação. Além disso, são também esses eleitores os que conseguem refletir mais “objetivamente” sobre as campanhas, tomando como referência os aspectos mais objetivos das estratégias eleitorais de cada candidato.

Muita gente não gosta de assistir, mas a propaganda da tv é muito importante sim, por que é a única forma de a gente conhecer quais são as propostas de cada candidato para cada área, para cada bairro e assim por diante (...) Eu acho que a gente tem que conhecer, sim, as propostas de cada candidato para poder saber qual deles tem as idéias melhores para a cidade. Senão, depois não adianta ficar reclamando por que ele não fez isso ou não fez aquilo. A gente tem que acompanhar para poder cobrar depois (...) Tem que analisar cada proposta, se é importante para a cidade, se vale a pena fazer, se não vai custar muito dinheiro que pode faltar para outra coisa. Não adianta, pode até ser chato, mas a gente tem que fazer isso, se não as coisas não vão mudar nunca (Eleitor de 30 anos, II grau incompleto, segurança).

As redes de relações também são elemento importante no processo de decisão eleitoral. Muitos eleitores, especialmente aqueles com baixos índices de escolaridade (e sofisticação política), apresentam significativa propensão a serem “influenciados” por outras pessoas que julgarem “mais entendidas de política”. Lideranças comunitárias, funcionários públicos (especialmente os que possuem cargo de confiança na administração municipal), pessoas que foram candidatos em outras eleições, pessoas com mais escolaridade, diretores de escolas e creches, professores, patrões, podem servir como uma espécie de referência para a ação (escolha eleitoral).

Sabe como é, a gente não participa dessas coisas. De política a gente quer mesmo é distância. Quanto menos a gente se envolver melhor (...) Eu mesmo nem sei direito quem são os candidatos (...) Do jeito que as coisas vão, a gente tem mesmo é que se preocupar com a nossa vida. Eu não tenho tempo para ficar me envolvendo com política não. Mas tem pessoas que vivem mais direto com a política, que dependem mais da política. Essas pessoas acabam conhecendo melhor os políticos, por que estão mais direto com eles (...) Como a minha patroa, ela conhece direitinho todos os candidatos. Por isso ela sabe quem presta e quem não presta (...) Por isso eu vou votar no candidato dela, por que é alguém que ela conhece. Ela não ia votar em alguém que fosse um ladrão (Eleitora de 41 anos, 3ª série primária, empregada doméstica).

Esse eleitor, inclusive, percebe a política como sendo algo muito distante de sua vida. Seu mundo é o mundo da vida privada, onde todo o tempo disponível deve ser gasto buscando garantir a própria sobrevivência e de seus familiares. Aqui parece oportuno um esforço para refletirmos de modo mais aprofundado sobre esta questão.

No próprio bojo da teoria downsiana, a estratégia de se valer de informações fornecidas por outras pessoas é tomada como uma forma de economia de tempo para coletar, processar e avaliar informações. Ou seja, trata-se de um "atalho", utilizado pelo eleitor, para tornar o processo de aquisição e reflexão das informações disponíveis mais rápido e menos oneroso para o eleitor que o executa. Portanto, não se trata, como sugerem alguns autores (entre eles, Silveira, por exemplo) de um eleitor "não racional", mas de um eleitor que conscientemente tenta minimizar os custos pela aquisição das informações, tornando maior a probabilidade de ganhos ao final do processo<sup>75</sup>. Em outros termos, parece justificavelmente lógica a ação desse eleitor, na medida em que não é uma ação estritamente emotiva ou moral por que baseada na confiança que possui na pessoa que toma como referência. Ao contrário.

---

<sup>75</sup> Referimo-nos a "ganhos" no sentido inerente à teoria do *homo economicus* da teoria econômica, qual seja, o de um indivíduo que pratica suas ações sempre a partir de um cálculo entre os custos da ação e os ganhos que supostamente serão por ela proporcionados. Assim, o indivíduo seria sempre mais racional quanto mais fosse capaz de escolher as estratégias que lhe proporcionassem o máximo de benefício com o mínimo de esforço – custo. Ou seja, a racionalidade da ação é calculada pela

Tomar a confiança como elemento para a economia de tempo e esforço no processo de tomada de decisão parece coerente com uma cultura, socialmente contextualizada, que é fortemente pautada na moralidade e nas relações intersubjetivas e emotivamente consolidadas.

A identificação com um candidato, em alguns casos, acaba por transferir a disputa eleitoral para o campo do cotidiano dos eleitores, especialmente daqueles que, além de votarem em um candidato, também tentam convencer outros eleitores a fazerem o mesmo. Assim, em alguns casos, acaba se configurando como que uma divisão entre “nós” e “eles” entre os eleitores durante o “tempo da política”. Cria-se uma identidade temporária – que corresponde mais ou menos ao tempo da política – onde os grupos sociais, de amizade e até mesmo familiares, são redefinidos e reconfigurados. Essa identidade acaba levando consigo as negatividades e positivities associadas aos candidatos em disputa. Isto é, nos discursos dos eleitores, os que fazem parte do “nós” são os “bons”, porque defendem o candidato que é melhor, ao passo que os defensores do adversário acabam sendo identificados com as características negativas que fazem dele menos qualificado para ocupar o cargo em disputa. “Eles” são, portanto, “os maus”.

Essa configuração social associada ao “tempo da política” redefine todas as relações sociais, grupos de relacionamento, atividades coletivas, grupos de amizade, relações familiares. A disputa eleitoral acaba por se tornar uma disputa parecida com a de um campeonato de futebol, onde uns perdem e outros ganham. E os ganhadores e perdedores não são apenas os candidatos e partidos diretamente envolvidos na disputa. A vitória e a derrota são também situações vividas e vivenciadas pelos torcedores/eleitores de cada candidato. É por isso que, depois da eleição, frequentemente os eleitores se referem ao seu resultado como sendo um jogo onde, “nós ganhamos” ou “nós perdemos”.

Dessa vez não deu, mas a gente não vai desistir não. Nós vamos ficar de olho no pessoal que vai entrar agora, e daqui a quatro anos nós vamos saber direitinho o que eles fizeram e o

---

função entre o custo e o benefício: quanto menor o primeiro em relação ao segundo, mais racional o indivíduo que pratica a ação.

que não fizeram. Da próxima nós vamos estar lá de novo (Eleitor de 34 anos, II grau, funcionário público).

É importante ressaltar que, neste caso específico, se trata de um eleitor que também era funcionário público, exercendo cargo de confiança junto ao governo municipal, e filiado ao Partido Progressista, partido do prefeito Jandir Belline e integrante da coligação que apresentou João Macagnã como candidato a prefeito. Isso é de fundamental importância para entendermos que se trata de um eleitor que pertence a um grupo de eleitores minoritários, que apresentam interesse pela política, como fica claro no desejo (que até pode vir a não ser cumprido) de fiscalizar o novo governo. Contudo, o discurso acima citado foi tomado como indicador da divisão, realizada pelos eleitores, entre o “nós” e o “eles” como mecanismo de configuração de uma identidade temporária, especificamente constituída durante o “tempo da política”, pois embora demonstre um eleitor que corresponde a uma exceção dentre a maioria dos eleitores – que demonstram, ao contrário, aversão ao “mundo da política” – também constitui modalidade integrante do conjunto de elementos que contribuem para a formação de um complexo e vasto grupo de mecanismos a influenciar as escolhas eleitorais.

### ***3.6 A Disputa Eleitoral Como uma Disputa Relacional: O Candidato e a Campanha no "Tempo da Política"***

A disputa eleitoral é sempre uma disputa relacional. Quer dizer, não contam, para o processo de articulação de informações através do qual os eleitores decidem seu voto, apenas as estratégias de cada candidato, mas também, e às vezes principalmente, as de seus adversários. Assim como não conta apenas *quem é* cada candidato individualmente, mas *quem são* seus adversários. Cada candidato precisa não apenas criar – e difundir – junto ao eleitorado a imagem de “político ideal” (honesto, bom, trabalhador, competente, etc.). Ele precisa também desconstruir a

imagem de seu oponente, o qual constantemente tenta fazer o mesmo em relação a sua imagem. Não basta ser identificado como sendo "um bom candidato". É preciso ser melhor ("mais bom") que os outros, e nem sempre isso é possível falando apenas de si mesmo. Torna-se necessário, pois, dizer que "os outros" não são tão bons quanto ele.

Mas isso também tem um limite, pois o candidato não pode ser identificado como alguém que "só pensa em falar mal dos outros". Isso pode desqualificá-lo, comprometendo a estratégia.

A campanha serve para a gente conhecer os candidatos. Por isso ela é importante e é bom que os candidatos investiguem os outros. Sim, por que cada candidato só fala as coisas boas dele mesmo (...) Por isso, precisa que um outro diga as coisas ruins dele, seus 'podres', aquilo que ele tem vergonha de dizer (...) O problema é quando o candidato só sabe fazer isso. Ele fica o tempo inteirinho só 'esculachando' e fazendo fofoca dos outros e esquece de fazer campanha para ele. É por que ele não tem nada de bom para falar, por isso ele fica o tempo todo falando mal dos outros (Eleitor de 30 anos, 2º grau, comerciante).

Como se vê, o eleitor percebe a campanha eleitoral como um meio de conhecer os candidatos<sup>76</sup>, mas não atribui a cada candidato apenas o papel de "apresentar-se". Ele deve também ser uma espécie de denunciador dos fatos que os outros candidatos não contam sobre si mesmos. É preciso, portanto, construir sua imagem e apresentar suas propostas e, ao mesmo tempo, "informar" o eleitor sobre as tentativas de "enganação" dos demais candidatos.

Porém, essas informações têm sua credibilidade diretamente associada à credibilidade que possui o candidato que a vincula. O eleitor, de modo geral, "não acreditará" em denúncias feitas por um candidato no qual ele não confia. É preciso ter credibilidade também para denunciar. E aqui é importante mais uma vez ressaltar que essa credibilidade é, geralmente, muito mais do candidato que do partido ao

---

<sup>76</sup> É preciso dizer, contudo, que isso é mais presente naqueles eleitores que apresentam algum tipo de envolvimento e sofisticação políticos, e que essa importância atribuída às campanhas eleitorais como meio para adquirir informações acerca dos candidatos cresce à medida que aumentam o índice de envolvimento e participação política dos eleitores, segundo nossa pesquisa qualitativa.

qual ele pertence, justamente pelo fato de que são os indivíduos-candidatos que possuem história moral, e é essa história moral que lhes dá legitimidade para denunciar ou não.

Contudo, muitas vezes essas denúncias são feitas não pelo próprio candidato, nos programas eleitorais por exemplo, mas por um "locutor" ou mesmo por imagens que são apresentadas. Isso pode ser compreendido como um indício de que, de algum modo, os candidatos, assim como seus respectivos partidos e equipes, têm conhecimento dessa perspectiva de limite para o "denuncismo" acima mencionado. Ou seja, em determinados momentos é interessante para o candidato "terceirizar" as denúncias, conseguindo o efeito positivo que elas possuem, no sentido de prejudicar a imagem do oponente denunciado, sem, contudo, correr o risco de ser identificado como alguém que "só se preocupa em denunciar".

Note-se que, uma vez mais, estamos tratando de um eleitor que, embora não seja um "agente tipicamente ideológico/racional", ainda assim toma uma série de informações e leva em consideração uma variada gama de elementos no processo que resulta na escolha eleitoral. Procurar o melhor candidato, buscar o mais apto para manter a "pureza" dentro do "mundo da política", prestar atenção nas denúncias e nos denunciadores considerando a credibilidade dos mesmos, todas essas são ações que, por mais que possam ser desencadeadas e/ou orientadas por questões ligadas à moralidade, implicam na articulação de grande volume de informações, o que torna bastante difícil a sustentação de uma tipologia de eleitor eminentemente "não racional" (SILVEIRA, 1998).

Por mais que o eleitor atribua o papel de denunciar, ou seja, de fornecer as informações "não oficiais", aos próprios candidatos, é preciso reconhecer que, ainda assim, isso demonstra um interesse, por parte desse eleitor, em ter acesso a tais informações como forma de tornar suas escolhas – eleitorais – mais aprimoradas. Dito de outro modo, o eleitor pode tomar caminhos – atalhos, muitas vezes – familiares, de amizade, morais e/ou intuitivos para facilitar, baratear os custos de aquisição e reflexão de informações, mas não deixa de considerá-las, embora em graus variados, como importantes.



Mesmo a avaliação de desempenho pode ser um mecanismo de expressão do caráter relacional das campanhas e, conseqüentemente, das escolhas eleitorais. Por exemplo, no caso de uma avaliação significativamente negativa do governo em exercício ou de algum dos candidatos envolvidos na disputa, onde o voto pode ser utilizado pelo eleitor como ferramenta de castigo para com tal governo ou candidato. Ou seja, se um dos candidatos é percebido pelos eleitores como sendo mau administrador, corrupto, incompetente, etc. os eleitores podem votar em algum adversário seu não por achar, necessariamente, que seja melhor, mas para castigar aquele candidato ruim. Esse comportamento pôde ser percebido nas entrevistas que realizamos, com relação aos dois principais candidatos que disputaram as eleições municipais em Itajaí, em outubro de 2004:

Dessa vez está complicado a gente votar viu? É um pior que outro. Se não fosse obrigado [a votar] eu nem saía de casa. Mas já que tem que votar mesmo, o negócio é a gente escolher o menos pior. E eu acho que o menos pior desses aí ainda é o Macagnã (...) O Volnei só quer saber de subir na política. Quando foi vereador não fez nada, só pensava em se lançar para deputado. Agora que conseguiu não está contente e quer ser prefeito para depois ser governador (...) O Macagnã não é aquilo tudo também não, mas pelo menos já está mais antigo na política e ainda está por aqui, e também tem o apoio do Jandir [Belline] (...) Se ele ganhar, pelo menos vai deixar a turma que trabalhou com o Jandir, que é uma turma boa (Eleitor de 56 anos, 3ª série, aposentado).

Olha, não é que o Volnei seja aquilo tudo não, entende? Ele é encrenqueiro pra caramba, sabe mesmo é criticar a fazer 'muvuca'. E além disso é do PT e do PT a gente nunca sabe o que esperar (...) Mas ainda assim acho que pior que o Volnei seria votar no Macagnã. Deus me livre, esse Macagnã é mais ladrão que todos os políticos lá de Brasília juntos. Não sei nem como tem coragem de se candidatar e pedir o voto do povo ainda, depois de tudo o que já fez (...) ( Eleitor de 31 anos, 6ª série, eletricitista).

Como se pode notar, não se trata apenas de votar neste ou naquele candidato, mas frequentemente de votar contra alguém em quem o eleitor definitivamente não confia ou acha que não merece seu voto. O voto não é apenas

uma ferramenta para escolher quem irá para o “Mundo da Política”, mas, muitas vezes, um meio que o eleitor possui de dizer quem deve ficar fora dele. E para chegar à tal conclusão, o eleitor tem, como principal elemento, as informações acerca do passado e da trajetória dos candidatos, ou seja, a avaliação de seu desempenho, seja ele político, pessoal, profissional, familiar.

Ou seja, como já argumentamos anteriormente, embora sob outro enfoque, a avaliação que o eleitor faz dos candidatos não serve apenas para definir em quem ele irá votar, mas para definir também aqueles candidatos que ele irá excluir da sua lista de possibilidades. É como se o eleitor construísse um filtro a partir daqueles elementos por ele considerados importantes para um político apresentar (honestidade, competência, bom caráter, etc.) e depois utilizasse esse filtro para “pré-selecionar” os possíveis merecedores de seu voto, deixando de lado (excluindo da lista) aqueles nos quais conclui que não irá votar.

Talvez esse seja um dos motivos pelos quais as campanhas eleitorais são tão utilizadas pelos partidos e candidatos com a finalidade de desconstruir a imagem de seus adversários. Ora, como parece ter ficado evidente, não basta apenas ser um bom candidato, se apresentar como sendo uma boa opção aos eleitores. É preciso, e isso é fundamental, ser melhor que seus adversários. Por isso, tão importante quanto afirmar, “demonstrar”, passar a imagem de que se é um bom candidato (político), é construir um discurso (e uma formação discursiva) com o objetivo de fazer os eleitores acreditarem que seus adversários não o são. Assim, mesmo que o eleitor não se convença a votar por acreditar no candidato ou em suas propostas, será suficiente se ele for convencido a não votar nos outros. De qualquer modo, o efeito é praticamente o mesmo, pois o importante é, além de aumentar o “seu” número de eleitores, diminuir o de seus oponentes.

Se bem que as duas coisas não estão, necessariamente relacionadas. Ou seja, o fato de os eleitores desenvolverem rejeição para com um candidato não é suficiente para fazê-los votar em outro. Eles podem ainda votar em branco ou anular seus votos. Contudo, do ponto de vista do candidato que lança mão de ataques aos seus adversários, embora fosse muito melhor captar para si esses votos, tal

comportamento não deixa de lhe ser favorável, pois diminuir os votos de seus adversários é tão importante, do ponto de vista eleitoral, quanto aumentar os seus. De qualquer forma, o efeito se traduz em aumento de suas chances de vencer a disputa.

Esse debate sobre o caráter relacional da disputa, embora não seja um tema sobre o qual possamos produzir uma análise de grande profundidade teórica, parece de grande importância, inclusive para nos ajudar a situar nossa pesquisa, especialmente do ponto de vista de sua significância analítica e representatividade explicativa de seus resultados.

Em se tendo clareza de que toda disputa eleitoral é um disputa relacional, embora a Ciência Política possa construir arcabouços explicativos extremamente complexos e precisos, dificilmente será capaz de produzir explicações totalizantes e generalizáveis *a priori* para contextos históricos outros que não aquele sobre o qual tais arcabouços foram produzidos. Ou seja, embora as formulações teóricas e as muitas pesquisas feitas possam ser altamente consistentes e explicar com precisão o comportamento dos eleitores em determinada eleição, tais explicações dificilmente serão capazes, nas sua totalidade, de nos fornecer os elementos necessários ao entendimento do comportamento, mesmo que desses mesmos eleitores, em uma eleição distinta, pelo simples fato de que os candidatos serão outros. E mesmo que venham a ser os mesmos (o que frequentemente acontece) as informações que os eleitores possuem sobre eles serão outras, pois terão um período maior de tempo no qual obterão dados sobre a trajetória desses candidatos.

Contudo, ao apresentar os resultados de uma reflexão teórica e conceptualmente situada acerca do comportamento político-eleitoral de um significativo grupo social, o pesquisador não pode deixar de apontar alguns elementos que, embora não possam ser tomados como definitivos para a compreensão do comportamento e das escolhas de outros grupos, possam ser tomados como referencial analítico, explicativo e metodológico para novos estudos.

Desse modo, acreditamos que, apesar de não dar conta de explicar a totalidade dos processos de escolhas eleitorais feitas por outros eleitores em outras

regiões e em outros contextos eleitorais, nosso trabalho nos permite fazer alguns apontamentos acerca do significado e da natureza das escolhas dos eleitores, especialmente aquelas feitas por eleitores que compartilham de uma realidade sócio-histórica e de um contexto cultural, educacional e de tradições semelhantes. Em outros termos, o que estamos a afirmar é que a estrutura e os princípios do modelo explicativo aqui apresentado possam ser tomados como referência para a compreensão das escolhas de eleitores outros que compartilhem das mesmas estruturas componentes de suas formações discursivas, o que os torna, especialmente do ponto de vista cognitivo e de estruturação das idéias e valores, semelhante ao grupo social estudado (LAGO & JANUÁRIO, 2002).

Trata-se do mesmo princípio utilizado para justificar, por exemplo, a utilização da metodologia qualitativa para a coleta de dados aqui analisados, bastante comum em pesquisas no campo da antropologia. Referimo-nos ao método de pesquisa conhecido como “técnica do esgotamento”, a qual consiste em realizar entrevistas em profundidade com membros de um determinado grupo social até o momento em os resultados passam a ser repetitivos, de modo que ao fazer uma nova entrevista as informações apresentam pouco ou nada de novo, demonstrando que já foi possível identificar as estruturas de organização das idéias e das opiniões daquele grupo.

Do mesmo modo, e pelo mesmo princípio, é possível se tomar como base a estrutura de crenças e opiniões de um grupo social para realizar estudos cujos resultados possam ser, se não generalizados na sua totalidade, ao menos tomados como referencial explicativo para o entendimento de grupos sociais que tenham suas crenças e opiniões estruturadas sob o mesmo universo de representações simbólicas (FOUCAULT, 1992). Ou seja, os resultados da pesquisa aqui apresentados podem ser importantes referenciais explicativos para grupos sociais que compartilhem das mesmas representações simbólicas, os quais são percebidos pela análise do conteúdo das formações discursivas. Assim, grupos que apresentam formações discursivas de estrutura e conteúdo semelhante tendem a apresentar crenças, opiniões e valores semelhantes, o que pode ser um importante fator de determinação no sentido de

tornar seu comportamento e suas escolhas também semelhantes (LAGO & JANUÁRIO, 2002).

Por isso, acreditamos que grupos de eleitores que tenham condições sócio-históricas e culturais semelhantes, que vivam em cidades de porte e tradição parecida e que tenham história e tradição políticas parecidas com a de Itajaí, possam apresentar estruturas de orientação comportamental similares, o que torna o arcabouço explicativo aqui desenvolvido uma útil ferramenta para estudos futuros que tenham os mesmos objetivos, mesmo que estejam voltados para o estudo de outros grupos humanos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora tenhamos clareza acerca das limitações reflexivas e das deficiências teóricas, metodológicas e analíticas do trabalho que ora concluímos, acreditamos que algumas considerações sobre seus resultados podem e, claro, devem, ser feitas. Pois que, como afirmamos ao início da elaboração desta pesquisa, um de nossos principais objetivos era entender, a partir de algumas das principais teorias explicativas do voto no Brasil das últimas duas décadas, alguns elementos que compõem o processo de definição do voto do eleitor itajaiense a partir do significado por ele mesmo atribuído à decisão eleitoral e ao ato de votar, de modo que acreditamos ter, ao menos em parte, atingido tal objetivo.

De modo geral, significativa parcela do eleitorado itajaiense se demonstrou pouco motivada para a política e pouco interessada em se informar e discutir temas a ela relacionados. O que percebemos foi a existência de elementos de uma cultura política do distanciamento, o qual esses eleitores operacionalizam a partir da divisão entre o seu mundo do cotidiano, das relações pessoais, da família, do trabalho, dos amigos, e o “Mundo da Política” como forma de imunização em relação às mazelas que acreditam ser características da política – e dos políticos em geral.

Assim, essa parcela dos eleitores consegue perceber o mundo das questões propriamente políticas como uma espécie de mundo contaminado por aqueles elementos que, a partir da sua cultura educacional e familiar tradicional, são negativas e condenáveis. Com isso, o eleitor consegue perceber – e explicar – a política como uma estrutura relativamente autônoma, capaz de coagir os políticos que nela ingressam às mazelas que lhes são características. Desse modo, ao buscar elementos que lhe ajudem a decidir em quem votar, nos períodos eleitorais, esses eleitores procuram, dentre os candidatos disponíveis, aquele que conseguir se apresentar como alguém que será capaz de resistir às tentações e às impurezas da política, sendo que para isso são de extrema importância seu passado e sua imagem moral

junto aos eleitores. O "candidato ideal" precisa ter boa imagem moral (ser bom, honesto, atencioso com os pobres, caridoso) e demonstrar capacidade de mantê-la depois de eleito.

Características de ordem moral adquirem grande importância, pois são elas que, segundo boa parte dos eleitores, podem garantir alguma possibilidade de fazer com que o candidato, depois de eleito, se mantenha imune ao "Mundo da Política", o que aparece como condição fundamental para a realização de um bom governo. Sim, pois um bom governo geralmente é associado, por esses eleitores, a um político "bom" – no sentido moral e moralizante do termo – e honesto. Governos honestos tendem a fazer bons governos, ao passo que más administrações frequentemente são tomadas como indicativo da falta de honestidade de seus condutores.

A percepção do "Mundo da Política" como distante do seu mundo cotidiano é mais que uma simples forma de justificar seu desinteresse para com a política por parte desses eleitores. É ainda um mecanismo de afirmação da identidade e de preservação de sua própria imagem de uma série de prerrogativas socialmente indesejáveis materializadas como características que, embora não exclusivas, são típicas do "Mundo da Política". Com isso, esse segmento do eleitorado não apenas justifica o fato de não se envolver com a política, mas o faz como sendo um feito glorioso, moralmente admirável, pois é uma forma de garantir a sua própria integridade sócio-moral.

A avaliação de governo e dos candidatos se mostrou uma forte variável influenciadora do voto para grande parcela dos eleitores estudados. A avaliação positiva do governo Jandir Belline apresentou significativa correlação com o voto no candidato da situação, João Macagnã, embora não tivesse sido suficiente para elegê-lo. Isso porque tais eleitores demonstraram uma tendência um tanto quanto personalista no processo de avaliação que realizam dos governos e candidatos. Ou seja, eles não avaliam apenas a perspectiva de continuidade administrativa do ponto de vista programático, mas a continuidade, ou não, de características essencialmente pessoais que os candidatos apresentarem.

A avaliação feita da trajetória e da imagem pessoal do candidato é tão ou mais importante que a avaliação de sua capacidade administrativa ou da perspectiva de continuidade programática que representa. O passado do candidato, especialmente no que se refere à moralidade, é um dos principais elementos definidores do voto. Isso por que a percepção moral e de honestidade – ou falta dela – que os eleitores fazem dos candidatos influencia inclusive a forma como estes são percebidos e avaliados por aqueles. Assim, se um candidato tem sua imagem pessoal associada à corrupção e/ou à desonestidade, dificilmente o eleitor fará uma avaliação positiva de seu passado – especialmente o passado político – assim como dificilmente dará alguma credibilidade às suas “promessas” de campanha.

Assim, a avaliação pessoal dos candidatos aparece como uma variável de exclusão, servindo como uma espécie de filtro capaz de eliminar da lista de possibilidades aqueles candidatos cuja imagem estiver associada a características social e moralmente condenáveis (principalmente desonestidade). Ainda, nesse processo de avaliação (pessoal) que os eleitores fazem dos candidatos, aparece como pano de fundo, uma espécie de “tipo ideal” de político, o qual possui, além daquelas características (morais) socialmente desejáveis como honestidade, bondade, etc. a capacidade de mantê-las depois de eleito, junto ao “Mundo da Política”. Ou seja, não basta ser um bom candidato, é preciso ser capaz de manter-se bom depois de ingressar “na política”, onde, segundo parcela significativa dos eleitores, as tentações são inúmeras e praticamente infundáveis.

É por isso que, segundo muitos eleitores, algumas pessoas são ótimos pais, amigos, profissionais e mesmo cidadãos, mas não seriam bom políticos por que “não conhecem as manhas da política”, e portanto “não conseguiriam fazer muita coisa”. Assim, é combinando a avaliação pessoal dos candidatos com a busca por essas características que julgam necessárias a um bom político, que os eleitores formam um complexo conjunto de elementos através do qual fazem suas escolhas eleitorais.

De algum modo, essa perspectiva personalizada e personalista dos eleitores ao buscarem o “político ideal” reflete, como afirma Baquero (1997) o desencanto desse mesmo eleitor com as instituições políticas enquanto estruturas socialmente



percebidas como ineficientes ou mesmo desnecessárias. Desencantado com as instituições (partidos, governos, congresso, etc.) esse eleitor passa então a procurar nos candidatos, enquanto agentes individuais, algum elemento – ligado a suas características e/ou história particular – que lhe desperte algum sentimento de esperança na possibilidade de dias melhores para sua vida (especialmente do ponto de vista também individual).

É, pois, provavelmente por esse motivo que grande parte dos eleitores, apesar de avaliar positivamente o governo em exercício (prefeito Belline) e ser capaz de perceber a ligação do candidato Macagnã com o mesmo, não votavam neste candidato, pois a avaliação que faziam dele enquanto político tinha uma carga de negatividade que apresentava poder de influência maior sobre o voto que a avaliação positiva do governo que ele representava.

Contribuindo para esse aspecto significativamente pessoal e personalista das escolhas eleitorais, sem deixar de ser também reflexo dele, está a desideologização das campanhas eleitorais, a qual parece ser ainda mais perceptível nas campanhas que antecedem eleições municipais. Em grande parte isso se deve ao fato de que a maioria dos temas que entram no debate político durante a campanha é de natureza local, cujas soluções implicam em estratégias de gestão que visem a resolução de problemas pontuais, como saneamento, construção de escolas e postos de saúde ou embelezamento da cidade. Trata-se de problemas que pouco contribuem para um debate mais ideológico, o qual é mais comumente construído, por exemplo, em campanhas presidenciais, onde se discutem modelos de desenvolvimento, prioridades internas e internacionais, modelo de gestão econômica, etc.

Com isso, e também influenciados por pesquisas de opinião que freqüentemente são utilizadas para pautar os debates e detectar os temas que os eleitores percebem como prioridades, as campanhas locais dificilmente apresentam outra lógica que não aquela dos discursos de construção e desconstrução da imagem dos candidatos, de desqualificação dos adversários, de resgate do seu passado político e pessoal e de apresentação de projetos específicos para resolver os problemas da cidade. Com isso, as únicas diferenças que o eleitor consegue perceber

entre os candidatos são diferenças em termos das propostas, do passado e das características pessoais de cada candidato, dificilmente tendo acesso a elementos que lhe permitam uma reflexão em termos ideológicos.

Possivelmente por esse mesmo motivo, poucos eleitores apresentam identidade com algum partido específico, sendo muito mais comuns as identificações com personalidades políticas, cujos partidos é comum os eleitores nem mesmo conhecerem.

De algum modo, esse quadro é incentivado pelos próprios partidos, os quais parecem "ganhar" com isso, especialmente por que à medida em que os eleitores não identificam os partidos como sendo representantes ideológicos de segmentos específicos da população, é mais fácil para estes difundirem a imagem de defensores dos interesses de todos os cidadãos, tentando angariar votos em todas as camadas sociais, o que leva Mainwaring (2001) a afirmar que uma característica marcante dos partidos, não só brasileiros, mas de grande parte das democracias contemporâneas são como que "partidos ônibus", por tentarem "carregar" todo mundo.

Numa perspectiva um pouco diversa da adotada por Carreirão (2002), o qual toma o índice de escolaridade como um indicador da sofisticação política dos eleitores, nossas pesquisas mostraram que o nível de sofisticação política do eleitor está mais associado à participação e ao envolvimento político do mesmo que à sua formação escolar. Ou seja, os eleitores mais sofisticados são aqueles mais diretamente envolvidos em questões propriamente políticas, como associações, sindicatos e participação ativa junto a partidos e/ou governos. Parece que, para esse ponto em especial, as teorias de orientação sociológica dão conta de forma mais satisfatória da compreensão dos mecanismos que configuram o nível de envolvimento e de sofisticação dos eleitores.

Porém, é preciso lembrar, a relação entre a participação política e a sofisticação política do eleitor não é uma relação de determinação unilateral. Não é apenas a participação que determina a sofisticação, pois ao passo que o eleitor se torna politicamente mais sofisticado, tende a participar mais das questões

propriamente políticas, o que, por sua vez, acaba por torná-lo um eleitor ainda mais informado e motivado, aumentando sua participação, e assim sucessivamente.

Ora, maiores índices de escolaridade, embora possam ser tomados como maior capacidade interpretativa e analítica do eleitor, parecem não ser suficientes para motivá-lo a participar diretamente da política, de modo que não possui uma relação direta com a sofisticação do eleitor. É o contexto social – e político – do qual o eleitor faz parte que efetivamente exerce influência significativa sobre a intensidade e sobre a forma como os eleitores participam e se envolvem politicamente.

Os eleitores politicamente mais “sofisticados” parecem ser aqueles que apresentam características mais próximas do eleitor que ocupa posição de “centralidade” dentro do grupo social ao qual pertence, o que nos leva concordar, nesse ponto, com a análise de Castro (1994). Mais que isso, o conjunto de pressupostos apresentado pela teoria sociológica de estudos do comportamento eleitoral parece apresentar, para esse campo de análise em especial, um arcabouço argumentativo relativamente mais apropriado para o entendimento do processo que envolve a sofisticação política dos eleitores, bem como sua motivação para a participação e o envolvimento em questões propriamente políticas.

Assim, também a perspectiva apontada por Reis (1988) parece um excessivamente determinista, na medida em que aponta para uma associação forte entre a posição socioeconômica do eleitor e sua centralidade política. Como demonstramos ao longo deste trabalho, a centralidade política, assim como a sofisticação política do eleitor pode até ser influenciada (ou facilitada) pela posição socioeconômica do mesmo, mas isso não pode ser assumido como condição geral, pois é possível que eleitores ocupem posições politicamente centrais dentro do grupo social ao qual pertencem sem, necessariamente, ter papel central também quando o aspecto for questões da ordem da posição desse eleitor em termos de segmento social. Mais uma vez, a participação e o envolvimento político desses eleitores parecem ser as variáveis de maior poder de influência sobre a configuração de sua centralidade e sofisticação política.

No processo de definição do voto, por parte dos eleitores, juntamente com os fatores anteriormente citados, contribui ainda o aspecto relacional das campanhas. Além de uma ferramenta por meio da qual os eleitores escolhem o candidato “mais apto” a ocupar o cargo em disputa, o voto pode ser ainda uma forma de punição ou mesmo de exclusão de candidatos. Por isso, foram encontrados muitos eleitores que não votavam em um candidato por julgarem que ele era efetivamente merecedor do seu voto, mas por acharem que os outros eram ainda menos dignos de receber o mesmo. Em outros termos, muitos eleitores não votam apenas *em* um candidato, frequentemente votam também *contra* outro, seja como forma de castigá-lo por algo que fez – ou deixou de fazer – no passado, seja por julgar que outro candidato pode não ser bom o suficiente, mas ainda assim é melhor que o candidato em questão.

Nesse processo, a avaliação que os eleitores fazem dos candidatos assume papel importante, pois é ela quem credencia ou descredencia determinados candidatos, por seu passado e por sua trajetória social e política, a merecer do eleitor o voto ou a rejeição – como recompensa ou como castigo. Por isso, no processo de disputa por votos, os candidatos acabam não só fazendo campanha para si mesmos, mas também se preocupam em fazer campanha contra seus adversários, pois convencer os eleitores que os mesmos não merecem seus votos pode ser tão importante quanto angariar votos para si. Esse seria um dos motivos pelos quais o “denuncismo” continua sendo prática tão corrente nas campanhas eleitorais, pois mesmo que não seja suficiente para garantir que o eleitor irá votar no denunciador, de qualquer modo se ele deixar de votar no denunciado, do ponto de vista eleitoral o primeiro já será beneficiado.

Embora não tenhamos encontrado elementos que nos permitam afirmar que os eleitores pesquisados, ou mesmo parte deles, apresente comportamento eleitoral ideologicamente orientado – nem era esse nosso objetivo – o que pudemos perceber é que, de modo geral, significativa parcela do eleitorado itajaiense faz suas escolhas de forma significativamente coerente com as informações que dispõe acerca do mundo político e com sua cultura política. Assim, se analisarmos esses eleitores a partir de seu próprio universo cognitivo e interpretativo e de sua própria forma de

compreender e explicar a política e as eleições, veremos que os mesmos apresentam um comportamento bastante coerente, combinando de modo bastante lógico as informações de que dispõe como elemento subsidiador de suas escolhas. Esses mesmo eleitores apresentaram significativa capacidade de memória política, demonstrando grande capacidade de armazenamento de informações sobre os políticos da região, as quais tomam em consideração no processo de avaliação dos candidatos que realizam previamente às suas escolhas eleitorais, e que servem de base para elas.

Por fim, acreditamos ter atingido, mesmo que não completamente, outro objetivo central de nossa investigação, qual seja, o de “testar” o potencial explicativo das teorias sobre o voto no Brasil para a compreensão do comportamento eleitoral em eleições municipais, especialmente pelo fato de tais teorias serem, quase que na sua totalidade, construídas com o intuito de explicar as escolhas eleitorais dos brasileiros no que se refere às eleições presidenciais. De modo geral, podemos perceber que os pressupostos e as principais categorias analíticas desenvolvidas por essas teorias podem fornecer elementos de grande “utilidade” para a compreensão do comportamento eleitoral em nível local, desde que sejam feitas algumas ressalvas, especialmente no que diz respeito à avaliação de desempenho dos governos e dos candidatos, a qual parece possuir um conteúdo significativamente distinto em ambos os casos, assim como o aspecto da ideologização das campanhas. Enquanto em eleições presidenciais a avaliação dos governos e dos candidatos parece possuir um caráter marcadamente econômico, em nível local essa avaliação apresenta um conjunto de elementos mais ligados a feitos que tenham maior proximidade com o cotidiano do eleitor, como embelezamento da cidade, obras em sua rua ou seu bairro, etc.

Já sobre o aspecto ideológico das campanhas, parece que quando estas são em nível local tendem a ser construídas mediante debates, apresentados pelos candidatos, de cunho menos ideológico que em eleições presidenciais, geralmente mais voltadas para questões de ordem conjuntural, problemas pontuais e, claro, suas possíveis soluções.

Ainda com relação a este objetivo central de nosso trabalho, qual seja, o de “testar” a aplicabilidade das teorias explicativas do voto em eleições nacionais no entendimento do comportamento dos eleitores em eleições locais, o que nos parece mais pertinente é a necessidade de combinação de elementos componentes das diversas teorias como condição necessária à qualquer tentativa de entendimento mais abrangente do significado e do conteúdo das escolhas dos eleitores.

Contudo, parecem merecer maior destaque as abordagens que enfatizam a importância da avaliação que os eleitores fazem dos governos e candidatos como importantes variáveis definidoras do voto, por possuírem um arcabouço teórico-explicativo capaz de captar com maior precisão o processo pelo qual os eleitores fazem suas escolhas. Porém, é preciso uma vez mais ressaltar o fato de que essa avaliação é fortemente marcada por aspectos de ordem moral, os quais servem inclusive como ponto de partida para avaliações outras, como desempenho administrativo, por exemplo.

Por fim, é preciso dizer das dificuldades encontradas para a realização e dos limites associados ao trabalho aqui apresentado. Embora a combinação entre pesquisa quantitativa e qualitativa seja talvez o grande diferencial deste trabalho de investigação, é preciso ressaltar que as informações coletadas por meio desta última, apesar de apresentarem profundidade e natureza impossíveis de serem atingidas por meio de dados quantitativos, possuem pouca significância estatística, de modo que as reflexões a partir delas realizadas não devem ser entendidas senão como uma forma de aprofundamento das análises feitas com base nas informações conseguidas por meio das pesquisas quantitativas realizadas pelo NESP que foram aqui utilizadas.

Contudo, acreditamos que a contribuição aqui apresentada aos estudos do comportamento eleitoral sejam significativas e tenham validade acadêmica, especialmente por se tratar de uma abordagem ainda pouco utilizada nas pesquisas sobre este assunto no Brasil e por fazê-lo a partir de estratégia metodológica relativamente pouco adotada.

Por isso, acreditamos que a importância de nosso trabalho está no caráter inovador de sua metodologia, na escassez de abordagens semelhantes sobre o tema

em eleições locais e, quiçá, na consistência de suas análises, pois temos plena consciência dos limites de generalização que suas reflexões contêm.

## BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Alberto C. Comportamento Eleitoral e Ideologia: Encontro Anual da ANPOCS, XXV, 2001, Caxambu (MG).

BAQUERO, Marcelo. As Eleições de 1982 no Rio Grande do Sul num Contexto de Abertura Política. In: BAQUERO, Marcelo (org). Abertura Política e Comportamento Eleitoral nas Eleições de 1982 no Rio Grande do Sul. Ed UFRGS, 1984, p. 11-74.

\_\_\_\_\_ As Eleições Municipais de 1985: Efeitos no Sistema Partidário e Perspectivas para as Próximas Eleições no Rio Grande do Sul. Revista de Ciências Sociais. V.1, n.1 (1986). Porto Alegre: Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UFRGS, 1986, p. 5-38.

\_\_\_\_\_ Democracia, Cultura e Comportamento Político: uma Análise da Situação Brasileira. In: PERISSINOTO, R. e FUKS, M. Democracia: Teoria e Prática. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002, p. 105-138.

\_\_\_\_\_ Novos Padrões de Comportamento Eleitoral: Pragmatismo nas Eleições Municipais de 1996 em Porto Alegre. In: BAQUERO, Marcelo (org). A Lógica do Processo Eleitoral em tempos Modernos. Porto Alegre / Canoas: Ed UFRGS / Centro Educacional La Salle de Ensino Superior, 1997, p. 123-140.

\_\_\_\_\_ Opinião Pública e Pesquisa Eleitoral. In: CAMILO, Leôncio; LHULLIER, Louise e SANDOVAL, Salvador (org). Estudo sobre Comportamento Político: Teoria e Pesquisa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

BELLUZO, Luiz G. Democracia na América Latina. Folha de São Paulo, São Paulo, 28 ago, 2000. Caderno 1, p B2.

BOBBIO, Norberto. Direita e Esquerda: Razões e Significados de uma Distinção Política. São Paulo: Unesp, 1995.

CAMINO, Leôncio. Uma Abordagem Psicossociológica no Estudo do Comportamento Político. Psicologia e Sociedade; 8 (1); p. 16-42, 1996.

CARREIRÃO, Yan de S. A Decisão do Voto nas Eleições Presidenciais Brasileiras. Florianópolis: Editora da UFSC; Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2002.

\_\_\_\_\_ Identificação Ideológica e Voto para Presidente. Opinião Pública. V. 3, n. 1, Campinas, CESOP / UNICAMP, p. 54-79.



CARVALHO, Rejane V. A. (org). A produção da Política em Campanhas Eleitorais: as Eleições Municipais de 2000. Campinas, pontes: Fortaleza, Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, 2003.

CASTRO, Mônica M. M. de. Determinantes do Comportamento Eleitoral: Centralidade da Sofisticação Política. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro, 1994.

\_\_\_\_\_. Sujeito e Estrutura no Comportamento Eleitoral. Revista Brasileira de Ciências Sociais. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

DOWNS, Anthony. Uma Teoria Econômica da Democracia. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

DURKHEIM, Emille. As Regras do Método Sociológico. São Paulo: Martim Claret, 2002.

FIGUEIREDO, Marcus. A decisão do Voto: Democracia e Racionalidade. São Paulo: Editora Sumaré, ANPOCS, 1991.

FIGUEIREDO, Rubens. Opinião Pública: Intencionalidade e Voto. Opinião Pública, v. II, n. 2, 1994.

FLEISCHER, David. Uma Análise Comparativa das Eleições Municipais (1992 – 2000). Encontro Anual da ANPOCS, XXV, 2001, Caxambu (MG).

FOUCAULT, Michel. Microfísica do Poder. 10ª ed. Rio de Janeiro: GRAAL, 1992.

HEREDIA, Beatriz. M. A. de. Entre duas Eleições: Relação Político Eleitor. In: HEREDIA, Beatriz M. A. de; TEIXEIRA, Carla e BARREIRA, Irllys. Como se Fazem Eleições no Brasil. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

HEREDIA, Beatriz M. A. de. Política, Família, Comunidade. In: PALMEIRA, M. e GOLDMAN, M. (org). Antropologia, Voto e Representação Política. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1996.

HEREDIA, Beatriz, TEIXEIRA, Carla & BARREIRA, Irllys (org). Como se Fazem Eleições no Brasil. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

KINZO, Maria D'alva. As Eleições Presidenciais de 1994 no Brasil: Fernando Henrique Cardoso e o Plano Real. In: PINTO, Céli & GUERRERO, Hugo. América Latina: o desafio da democracia nos anos 90. Porto Alegre: Editora da UFRS, 1996.

LAGO, I. C & JANUÁRIO, S. Voto, Cultura Política e Ideologia. Revista Alcance. Ano IX, n. 5, p. 61-76, Itajaí, 2002.

LAMOUNIER, Bolívar. "Comportamento Eleitoral em São Paulo: Passado e Presente". In: LAMOUNIER, Bolívar & CARDOSO, Fernando Henrique (org.) Os Partidos e as Eleições no Brasil. São Paulo: Cebrap/Paz e Terra, 1978.

LAMOUNIER, Bolívar (org.) Voto de Desconfiança: Eleições e Mudança Política no Brasil:1970-1979. São Paulo: Vozes/CEBRAP, 1980.

LAVAREDA, Antônio. A Democracia nas Urnas: O Processo Partidário Eleitoral Brasileiro. Rio de Janeiro, Rio Fundo: IUPERJ, 1991.

LIPSET, Seymour. O Homem Político. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARTINS, J. de S. A Sociabilidade do Homem Simples: Cotidiano e História na Modernidade Anômala. São Paulo: Hucitec, 2000.

MOISÉS, José Álvaro. "Redemocratização e Cultura Política de Massas". Lua Nova, São Paulo: CEDEC, nº26, 1992.

MAINWARING, Scot. Sistemas Partidários em Novas Democracias: o Caso do Brasil. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2001.

MATTA, Roberto da. Carnavais, Malandros e Heróis: Para uma Sociologia do Dilema Brasileiro. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1990.

MIERES, Pablo. Desobediência e Lealdad. El Voto en el Uruguay de fin de Siglo. Montevideu Colección CLAEH, Editorial FINDE SINGLO, 1994.

MINAYO, M. C. de S. DESLANDER, Suely F. NETO, Otávio Cruz & GOMES, Romeu. Pesquisa Social. 17ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

OLIVEIRA, Marcio de. Representação Social e Simbolismo: Contribuição à Sociologia Brasileira. Revista de Ciências Humanas. Curitiba: Editora da Universidade Federal do Paraná. N 7-8, p 173-2006, 1999.

PALMEIRA, Moacir. "Voto: Racionalidade ou Significado?". Revista Brasileira de Ciências Sociais, nº20, 1992.

PALMEIRA, M. e GOLDMAN, M. (org). Antropologia, Voto e Representação Política. Rio de Janeiro: Contra Capa, 1996.

PORTO, Mauro P. Dilemas da Racionalidade: o Caso dos Efeitos da Mídia no Comportamento Político. In: CAMILO, Leôncio; LHULLIER, Louise & SANDOVAL,

Salvador (org). Estudos Sobre Comportamento Político: Teoria e Pesquisa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

\_\_\_\_\_. Mídia e Deliberação política: O Modelo do Cidadão Interpretante. Revista de Sociologia Política / Florianópolis – UFSC. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política – V.1 n.2 (2003).

PRZEWORSKI, Adam. Capitalismo e Social Democracia. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

REIS, Fábio W. As Eleições em Minas Gerais. In: LAMOUNIER, Bolívar & CARDOSO, Fernando H (org). Os Partidos e as Eleições no Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975.

REIS, Fábio W. As eleições em Minas Gerais. In: LAMOUNIER, Bolívar & CARDOSO, Fernando H (org). Os partidos e as eleições no Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1975.

\_\_\_\_\_. Identidade, Política e a Teoria da Escolha Racional. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 3, no 6, 1988.

\_\_\_\_\_. "Identidade, Política e a Teoria da Escolha Racional". Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol.3, nº6, 1988.

\_\_\_\_\_. "O Tabela e a Lupa". Revista Brasileira de Ciências Sociais. Ano 6, nº16, 1991.

\_\_\_\_\_. Política e Racionalidade: Problemas de Teoria e Método de uma Sociologia Crítica da Política. 2ª ed. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2000.

RENNÓ, Lúcio. A Estrutura das Crenças de Massa e seu Impacto na Decisão do Voto. BIB, São Paulo, n. 51, I Semestre 2001, p. 85-103.

RODRIGUES, Leôncio M. Direita, Centro e Esquerda: Partidos, Ideologia e composição Social: Encontro Anual da ANPOCS, XXV, 2001, Caxambu (MG).

SAMUELS, David. Determinantes do Voto Partidário em Sistemas Eleitorais Centrados no Candidato: Evidências Sobre o Brasil. Revista de Ciências Sociais: Rio de Janeiro, V. 40, n. 3, 1997, p.493-535.

SANDOVAL, Salvador A. M. O Comportamento Político como Campo Interdisciplinar de Conhecimento: a Aproximação da Sociologia e da Psicologia Social. In: CAMILO, Leôncio; LHULLIER, Louise & SANDOVAL, Salvador (org). Estudo Sobre

Comportamento Político: Teoria e Pesquisa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

SANTOS, Wanderley G. dos. Discurso Sobre o Objeto: Uma Poética do Social. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SILVEIRA, Flávio E. A Decisão do Voto no Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998.

\_\_\_\_\_. Escolha Intuitiva: Nova Modalidade de Decisão do Voto. Opinião Pública. Ano 2, V.2, n. 2, Campinas: CESOP / UNICAMP, 1994, p. 61-72.

SINGER, André. Collor na Periferia: A Volta por Cima do Populismo? In: LAMOUNIER, B. (org) . De Geisel a Collor: O Balanço da Transição. São Paulo: Sumaré / IDESP, 1990.

\_\_\_\_\_. Esquerda e Direita no Eleitorado Brasileiro. São Paulo: Edusp, 2000.

\_\_\_\_\_. Identificação Ideológica e Voto no Brasil: O Caso das Eleições Presidenciais de 1989 e 1994. Tese de Doutorado – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, USP, São Paulo, 1998.

\_\_\_\_\_. Ideologia e Voto no Segundo Turno da Eleição Presidencial de 1989. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, USP, São Paulo, 1993.

SOARES, Gláucio Ary Dillon. Sociedade e Política no Brasil (Desenvolvimento, Classe e Política Durante a Segunda República). São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1973.

TEIXEIRA, Marco A. C. O Jogo Político nos Municípios e as Eleições. Cadernos Adenauer, 4. Os Municípios e as Eleições de 2000. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, junho de 2000.

THOMPSON, Paul J. Metodologia do Trabalho Científico. 21ª ed. São Paulo: Cortez, 2000.

VASCONCELOS, Gilberto. Psicologia do Eleitor Brasileiro. Folha de São Paulo: São Paulo, 09 ago. 1998. Caderno 1, p 3.

WEFFORT, Francisco. O Populismo na Política Brasileira. 4º ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

## Anexos

### *Anexo "A": Lista de Informantes*

<b>Informante</b>	<b>Sexo</b>	<b>Idade</b>	<b>Escolaridade</b>	<b>Profissão</b>
1	M	47	4ª Série	Soldador
2	F	32	5ª Série	Costureira
3	M	26	Superior Incompleto	Professor
4	F	62	2ª Série	Aposentada
5	F	47	4ª Série	Dona de Casa
6	M	56	4ª Série	Motorista
7	M	30	II Grau	Comerciante
8	F	41	3ª Série	Empregada Doméstica
9	F	49	4ª Série	Dona de Casa
10	M	63	Sem Escolaridade	Aposentado
11	F	55	2ª Série	Diarista
12	M	30	8ª Série	Desempregado
13	M	22	II Grau	Desempregado
14	M	29	8ª série	Moto-taxista
15	F	21	Superior Incompleto	Estudante
16	F	28	Superior	Professora
17	M	34	II Grau	Funcionário Público
18	M	31	Superior	Comerciante
19	M	35	II Grau	Cobrador de Ônibus
20	F	29	Superior Incompleto	Atendente de Creche
21	F	37	4ª Série	Dona de Casa
22	M	50	3ª Série	Jardineiro
23	M	30	II Grau Incompleto	Segurança
24	F	59	3ª Série	Dona de Casa
25	M	39	6ª Série	Líder Comunitário
26	F	34	Superior Completo	Empresária
27	M	46	6ª Série	Mecânico
28	M	36	4ª Série	Soldador
29	M	44	4ª Série	Operador de Máquina
30	F	39	4ª Série	Auxiliar de Produção
31	F	37	4ª Série	Faxineira
32	M	56	3ª Série	Aposentado
33	M	31	6ª Série	Eletricista

## ***Anexo "B": Roteiro das Entrevistas Qualitativas***

### **I – Características pessoais e experiências de vida**

- a) Características sócio-demográficas;
- b) Trajetória social;
- c) Vida profissional;
- d) Religião e vida religiosa;
- e) Concepção de mundo e de política.

### **II- Participação política e decisão eleitoral**

- a) Experiência política;
- b) Decisão eleitoral;
- c) Avaliação de governos e candidatos;
- d) Conteúdo e significado da avaliação de governo e candidatos;
- e) Tradição familiar e tradição política;
- f) Fontes de informação e parâmetros de ação e julgamento;
- g) Informação política;
- h) Percepção e avaliação das campanhas eleitorais;
- i) Envolvimento e participação política;
- j) Relações pessoais e de favores;
- k) Influência dos meios de comunicação;
- l) Memória política.

### **III – Visão do mundo político**

- a) Política, políticos e governo;
- b) Situação política do país;

- c) Auto definição político-ideológica;
- d) Percepção dos partidos e das ideologias;
- e) Identificação Partidária;
- f) Significação ideológica e dos partidos;
- g) Percepção e conceituação de democracia, governo e participação política;
- h) Percepção das responsabilidades e causalidades de questões eminentemente políticas;