

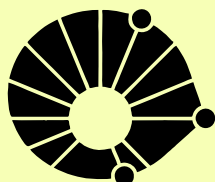
Publicação do CESOP

OPINIÃO PÚBLICA

Dezembro/94

V. 2 N°2

ISSN 0104-6276



CESOP
CENTRO
DE ESTUDOS
DE OPINIAO PUBLICA

Universidade Estadual de Campinas

UNICAMP

Reitor: José Martins Filho

Coordenador Geral da Universidade: André Villalobos

Pró- Reitor de Desenvolvimento Universitário: José Tadeu Jorge

CENTRO DE ESTUDOS DE OPINIÃO PÚBLICA

CESOP

Conselho Orientador

Presidente: Bolívar Lamounier (IDESP/ PUC-SP)
Vice- presidente: Plínio Dentzien (IFCH- UNICAMP)
Conselheiros: Antônio Flávio Pierucci (FFLCH- USP), Carlos Eduardo Meirelles Matheus (Gallup), Gustavo Venturi (Datafolha), José Álvaro Moisés (FFLCH- USP/CEDEC), José Ferreira de Carvalho (IMECC- UNICAMP), Leandro Piquet Carneiro (ISER), Márcia Cavallari Nunes (IBOPE), Marcus Figueiredo (IUPERJ), Ney Lima Figueiredo (CEPAC), Örjan Olsén (CBPA), Rachel Meneguello (IFCH- UNICAMP), Salvador Sandoval (FE- UNICAMP), Vilmar E. Faria (IFCH- UNICAMP).

Comitê Técnico-Científico

Fernando Antonio Lourenço
José Ferreira de Carvalho
Plínio Dentzien
Vilmar E. Faria

Equipe Técnica

Coordenação: Rachel Meneguello
Pesquisadores: Iara Rolim, Lilian Rahal, Maria Teresa Gonzaga Alves, Paula Vanina Cencig
Secretária Geral: Maria das Graças Plá Sanches

OPINIÃO PÚBLICA, Vol. II, nº 1

Conselho Editorial: Amaury de Souza, Antônio Lavareda, Carlos Vogt, Charles Pessanha, Fábio Wanderley Reis, Hélgio Trindade, Juarez Rubens Brandão Lopes, Leôncio Martins Rodrigues, Lúcia Avelar, Nelly de Camargo, Nelson do Valle e Silva, Ruy Martins Altenfelder Silva.

Coordenação geral: Rachel Meneguello

Produção: Equipe Técnica do CESOP

Encarte *Tendências*:

Maria Teresa Gonzaga Alves
Lilian Rahal
Paula Vanina Cencig

Impressão e acabamento: Gráfica Central da UNICAMP

Centro de Estudos de Opinião Pública
Universidade Estadual de Campinas
Cidade Universitária "Zeferino Vaz"
Caixa Postal: 6110
Campinas - São Paulo
13081-970
Tel: (55-192)39-7093
Fax: (55-192)39-4309
Internet: CESOP@CCVAX.UNICAMP.BR
Bitnet: CESOP@BRUC.BITNET

Opinião Pública é uma publicação do CESOP e está aberta a propostas de artigos e colaborações que deverão ser submetidas ao Conselho Editorial.

Os artigos assinados são de exclusiva responsabilidade de seus autores, não expressando a opinião dos membros do Conselho Editorial ou dos órgãos que compõem o CESOP.

Dezembro de 1994

Publicação do CESOP

OPINIÃO PÚBLICA

ANO II Dezembro 94 Vol. II, nº 2

SUMÁRIO

	Pág.
Eleição presidencial: o Plano Real na sucessão de Itamar Franco Antonio Manuel Teixeira Mendes e Gustavo Venturi	39
O desencanto com a democracia: análise do comportamento eleitoral dos gaúchos nas eleições de 1994 Marcelo Baquero	49
<i>TENDÊNCIAS</i> Encarte de Dados de Opinião Pública, ano II, nº 4	<i>centro</i>
Escolha intuitiva: nova modalidade de decisão do voto Flávio Eduardo Silveira	61
Opinião pública, intencionalidade e voto Rubens Figueiredo	73



Eleição presidencial: o Plano Real na sucessão de Itamar Franco

**Antonio Manuel Teixeira Mendes
Gustavo Venturi¹**

Diretores do Instituto de Pesquisa Datafolha

Resumo

Este artigo mostra a influência do plano econômico Real e do horário eleitoral gratuito na eleição presidencial brasileira de 1994. Com base em dados de survey com 2.500 entrevistados, argumenta que o controle inflacionário exerceu papel decisivo para as intenções de voto.

Palavras-chave: decisão do voto, HGPE, eleição presidencial, plano econômico

Abstract

This article shows the influence of the economic plan- the Plano Real – and the HGPE (free electoral propaganda on TV) in the Brazilian 1994 Presidential Election. Based on survey data with 2.500 interviews, it argues that the inflation control played a decisive role for the voting intentions.

Keywords: voting decision, HGPE, presidential elections, economic plan

¹ Os dados apresentados a seguir contaram com o trabalho de centenas de pesquisadores do Datafolha, envolvidos em sua coleta e processamento, e em particular com o empenho e qualificação dos sociólogos Mauro Francisco Paulino e Emília de Franco, e da estatística Renata Nunes César.

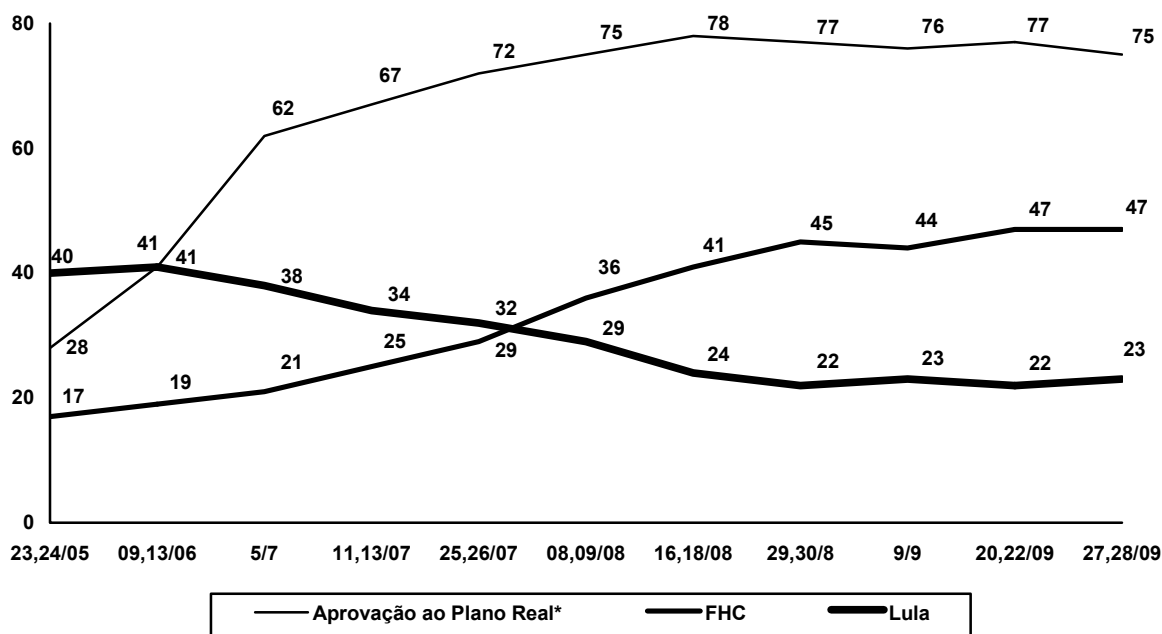
Quando se falava na eleição presidencial nos primeiros meses de 94 havia uma certeza comum a todas as análises: Lula estaria no segundo turno, ainda que não se soubesse contra quem. Ao longo de maio, por ocasião das convenções partidárias que definiram o quadro de candidatos, as intenções de voto em Lula atingiram o patamar dos 40% levando muitos a acreditar que o candidato do PT caminhava para uma vitória no primeiro turno. Mas quatro meses depois, apuradas as urnas de 3 de outubro, foi Fernando Henrique quem liquidou a fatura com 34,4 milhões de votos, 5,5 milhões a mais do que a soma obtida por seus sete adversários e o dobro dos votos de Lula.

Entre as convenções e o primeiro turno da eleição ocorreram muitos fatos com potencial de influência sobre o quadro sucessório: a consolidação da aliança PSDB-PFL, os encontros de Lula com lideranças políticas e empresariais da comunidade internacional, a crise e a troca dos candidatos à vice-presidência, Bisol e Palmeira; a conquista brasileira do tetra na Copa do Mundo, um debate entre os candidatos e os dois meses de propaganda eleitoral em cadeias de rádio e televisão; o flagrante parabólico das confissões do ministro Ricupero e a demissão do ministro Stepanenko por envolvimento da máquina do governo na campanha tucana; a greve dos metalúrgicos do ABCD, a afirmação de PC Farias de que em 90 financiara a campanha ao Senado do novo candidato a vice de FHC, Marco Maciel, entre outros acontecimentos. Mas, como tantas vezes já foi observado, a despeito do alarde da mídia e da movimentação das campanhas em torno dos fatos acima, do ponto de vista do eleitorado a alteração radical do quadro sucessório foi regida fundamentalmente por um único movimento: a implementação da segunda etapa do Plano Real, com a troca da moeda e a queda abrupta da inflação. Todos os demais acontecimentos ou passaram ao largo das considerações do eleitorado ou, quando muito, apenas amplificaram o efeito do Real no processo eleitoral.

Resta portanto, com uma análise mais detalhada das curvas de intenção de voto e da evolução das razões do voto declarado, verificar a velocidade e a dimensão do impacto do Real nos diferentes segmentos do eleitorado. Para que se tenha como parâmetro porém, visualizemos antes a ocorrência desse fenômeno sobre o conjunto dos eleitores²:

² Todos os dados aqui apresentados referem-se a surveys nacionais, realizados pelo Instituto de Pesquisas Datafolha, com desenho amostral de 2500 entrevistas (margem de erro 2%, em intervalo de confiança de 95%), estratificadas por unidades federativas, porte dos municípios – sorteados segundo mesorregiões do IBGE – e zonas eleitorais, com cotas de sexo e idade, segundo perfil do eleitorado. As entrevistas foram sempre pessoais, com abordagem em pontos de fluxo populacional e aplicação de questionário estruturado, com checagem *in loco*.

**Evolução das intenções de voto em Lula e FHC e avaliação do Plano Real
(Respostas estimuladas, em %)**



* Avalia o Plano como “ótimo” ou “bom” para o país

Do anúncio do plano econômico em dezembro, pelo então ministro Cardoso, à implantação da URV, em 1º de março, a inflação pulou do patamar dos 30% para o dos 40% ao mês, terminando o período de vigência da URV, em 30 de junho na faixa dos 50%. Um mês antes, ao final de maio, a aprovação ao Plano Real não chegava a um terço do eleitorado, a taxa de intenção de voto em Lula atingira 40% e a de FHC estava em 17%, mal delineando-o como provável adversário de Lula em um eventual 2º turno.

No primeiro levantamento após o fim da URV, escassos quatro dias depois do início da circulação do Real – e ainda com um fim-de-semana no meio – a aprovação ao plano econômico mais que duplicou, em relação à de fim de maio, saltando para quase dois terços do eleitorado. Visto que a população ainda não havia podido experimentar efetivamente a estabilidade da nova moeda, tratava-se de um resultado que refletia antes a vontade e a expectativa de que o plano vingasse do que uma aprovação dos seus efeitos reais – embora já oferecesse um indício do impacto que teria sobre o processo eleitoral!

Ainda que sutis, podendo ser meras flutuações dentro das margens de erro, na verdade começavam então a queda de Lula e o crescimento de FHC, em movimentos simultâneos e contínuos que seriam observados nos dois meses seguintes, até cerca de 10 dias antes do 1º turno. Os mais de 20 pontos percentuais que os separavam em maio e junho desaparecem em menos de um mês, chegando ambos ao final de julho com cerca de 30% das intenções de voto, já virtualmente empatados.

Com o início do horário eleitoral gratuito, em 2 de agosto, ao chamar para si e enfatizar a paternidade do Plano, a campanha tucana potencializa o efeito do Real: uma semana mais tarde nova pesquisa mostra que o empate entre Lula e FHC persiste entre os eleitores que não se expuseram à propaganda (56%), mas que FHC abre 11 pontos sobre Lula entre os 44% que já a assistiram. O controle do grau de escolaridade e da renda familiar nos dois grupos descarta a hipótese de a vantagem de FHC ser devida ao perfil de seu eleitorado – então mais escolarizado e de maior renda –, potencialmente mais motivado para as questões da esfera pública e mais interessado pelo processo eleitoral: qualquer que seja o grupo de renda ou de escolaridade, as taxas de FHC são sempre maiores entre os que assistiram ao horário eleitoral:

**Intenção de voto para Presidente da República segundo exposição ao horário eleitoral gratuito
(Resposta estimulada após uma semana de propaganda, em %)**

	Total	ASSISTIU AO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO				NÃO ASSISTIU			
		TOTAL	GRAU DE ESCOLARIDADE			Total	GRAU DE ESCOLARIDADE		
			Até o 1º grau	2º grau	Superior		Até o 1º grau	2º grau	Superior
Fernando Henrique Cardoso (PSDS)	36	41	39	45	44	31	28	38	46
Lula (PT)	29	30	30	29	34	29	29	29	27
Orestes Quércia (PMDB)	6	5	6	4	3	7	8	5	1
Leonel Brizola (PDT)	6	5	6	4	3	6	7	5	2
Enéas (PRONA)	3	3	2	4	4	2	2	4	5
Esperidião Amin (PPR)	2	2	2	2	3	2	2	2	2
Flavio Rocha (PL)	1	1	1	0	1	1	1	1	0
Walter Queiroz (PRN)	0	0	0	0		0	1	0	0
Almirante Fortuna (PSC)	0	0	0	0	0	0	0	0	
Em branco/nulo/nenhum	7	5	4	7	5	9	7	11	12
Não sabe	10	7	9	4	3	12	15	5	6
Total em %	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base ponderada	2498	1094	679	298	108	1402	1001	303	85
Número de entrevistas	20586	9167	5496	2551	1041	11396	8007	2545	719

Base: Total da amostra

Fonte: Falando na eleição presidencial, se a eleição fosse hoje e os candidatos fossem estes, em quem você votaria para presidente da República? – 08 e 09/08/94.

Datafolha

**Intenção de voto para Presidente da República segundo exposição ao horário eleitoral gratuito
(Resposta estimulada após uma semana de propaganda, em %)**

	Total	ASSISTIU AO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO				NÃO ASSISTIU			
		TOTAL	RENDA FAMILIAR MENSAL			TOTAL	RENDA FAMILIAR MENSAL		
			Até 5 S.M.	Mais de 5 a 10 S.M.	Mais de 10 S.M.		Até 5 S.M.	Mais de 5 a 10 S.M.	Mais de 10 S.M.
Fernando Henrique Cardoso (PSDB)	36	41	38	43	48	31	29	35	44
Lula (PT)	29	30	31	30	28	29	30	29	26
Orestes Quércia (PMDB)	6	5	6	5	4	7	8	7	5
Leonel Brizola (PDT)	6	5	6	5	4	6	8	5	4
Enéas (PRONA)	3	3	2	3	4	2	2	3	4
Esperidião Amin (PPR)	2	2	2	3	3	2	1	3	2
Flávio Rocha (PL)	1	1	1	1	0	1	1	1	1
Walter Queiroz (PRN)	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Almirante Fortuna (PSC)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Em branco/nulo/nenhum	7	5	5	5	5	9	7	10	9
Não sabe	10	7	8	5	4	12	14	6	5
Total em%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base ponderada	2498	1094	533	236	223	1402	728	233	217
Número de entrevistas	20586	9167	4337	1964	2046	11396	5953	1982	1792

Base: Total da amostra

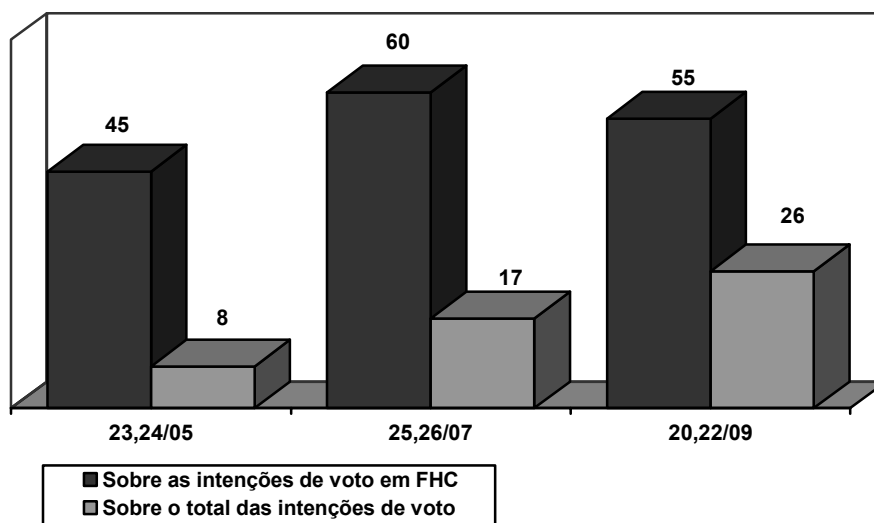
Fonte: Falando na eleição presidencial, se a eleição fosse hoje e os candidatos fossem estes, em quem você votaria para presidente da República? – 08 e 09/08/94.

Datafolha

Ao final de agosto, com 22%, Lula atinge seu "piso", o patamar em torno do qual irá flutuar nos próximos 35 dias, confirmado nas urnas. E FHC, atingindo 45%, chega a seu "teto", a taxa em torno da qual irá oscilar ao longo de todo setembro, até o 1º turno – período em que a inflação continua em queda e a aprovação ao Plano Real se estabiliza, quase consensual, acima de 75%. A confirmar o papel central do Real nessa reviravolta está a evolução das razões das intenções de voto,

colhidas pelo Datafolha em três momentos. A identificação de Fernando Henrique com o Plano Real – seja quanto à elaboração e implementação quando ministro, seja pela perspectiva de continuidade – corresponde, ao final de maio, às justificativas espontâneas, em resposta à pergunta aberta, de 45% dos que tendem a votar nele. Ao final de julho as menções ao Plano atingem 60% dos seus eleitores, e a duas semanas da eleição, ao final de setembro, é de 55%. Trata-se, de longe, da principal razão explícita para o voto no tucano, visto que nos três levantamentos nenhuma outra resposta chegou sequer a 10% das menções:

**O Plano Real como razão do voto em FHC
(Resposta espontânea, em %)**



Visto que nesses momentos FHC tinha respectivamente 17%, 29% e 47% das intenções de voto, chega-se a que sua identidade com o Plano Real, que no fim de maio já lhe angariava diretamente 8% do total de votos (6,2 milhões de eleitores, descontada a abstenção verificada mais tarde), um mês depois da troca da moeda traz à sua candidatura 17% do eleitorado (13,3 milhões) e 26% ao final de setembro (20,3 milhões) – por si só mais que toda a votação de Lula.

Mas essa rápida alteração das intenções de voto sob o efeito do Real foi homogênea no conjunto dos eleitores? Ou não ocorreu de modo simultâneo e com a mesma intensidade em diferentes segmentos sociais? Partindo-se do pressuposto que escolarização, nível de renda familiar e condição de trabalho interagem na determinação das tendências políticas do eleitorado, essas três variáveis foram entrecruzadas obtendo-se dez segmentos, seis de eleitores pertencentes à População Economicamente Ativa (PEA), quatro não pertencentes. A PEA, que

representa cerca de 68% do eleitorado (64,5 milhões), foi dividida em *desempregados* (cerca de 7%, ou 6,6 milhões), de qualquer renda familiar e grau de escolaridade, e em mais cinco estratos componentes da pirâmide social do ponto de vista da renda familiar e de sua forma de inserção no mercado de trabalho (posição na ocupação). De baixo para cima:

Grupo I: assalariados sem registro em carteira de trabalho e autônomos não estabelecidos (conta-própria irregular, como ambulantes e biqueiros), com renda familiar até cinco salários mínimos e que não ultrapassaram o 1º grau (cerca de 12%, 11,4 milhões de eleitores).

Grupo II: demais trabalhadores do mercado informal, com renda familiar acima de cinco mínimos (6%, 5,7 milhões).

Grupo III: assalariados com registro profissional (CLT), funcionários públicos e autônomos estabelecidos (conta-própria regular), com renda familiar até dez salários e escolaridade até o 2º grau (24%, ou 22,8 milhões).

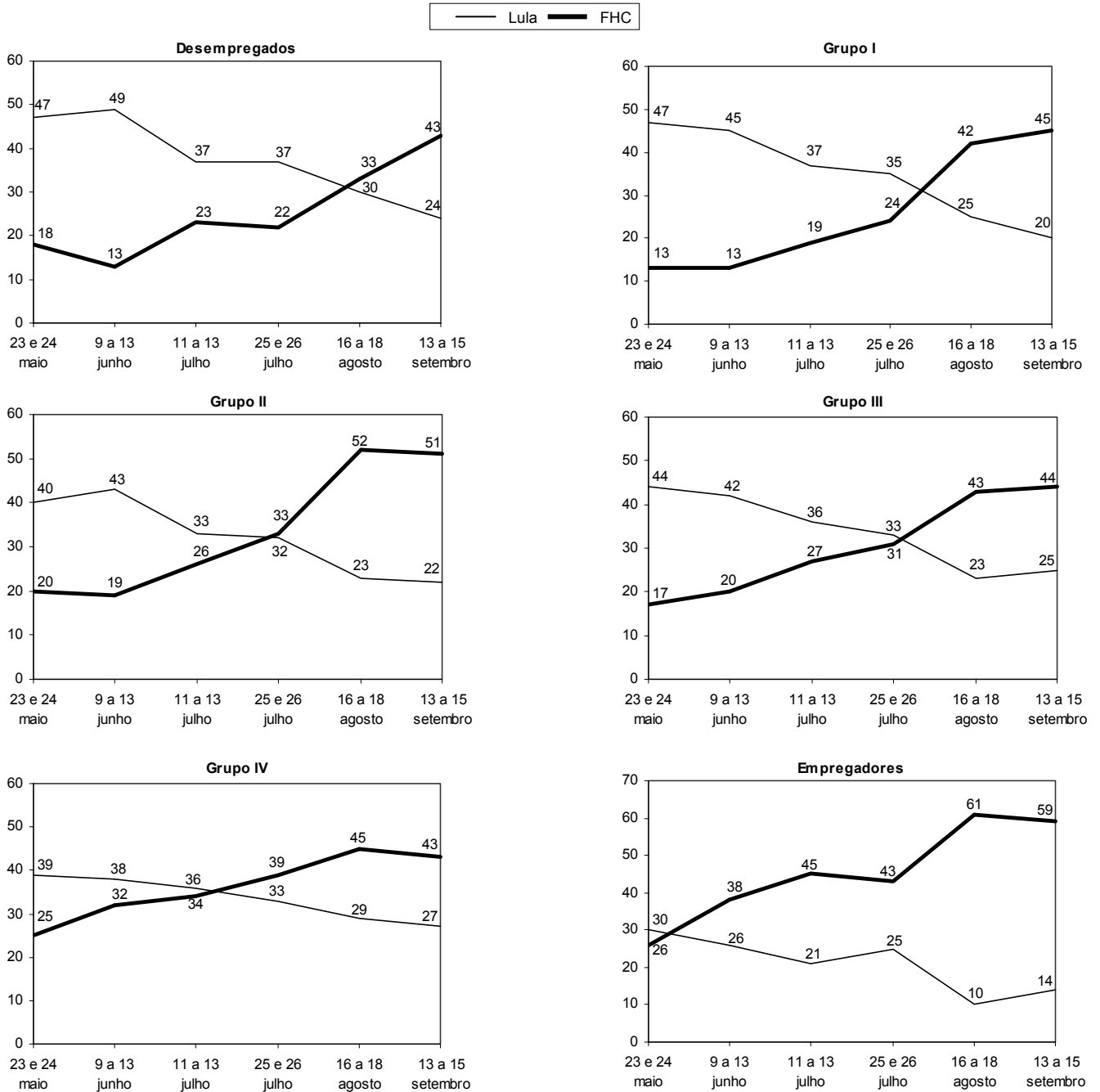
Grupo IV: assalariados registrados, funcionários públicos, autônomos estabelecidos e profissionais liberais (autônomos universitários), com renda acima de dez mínimos e escolaridade secundária ou superior (6%, ou 5,7 milhões).

E finalmente os *empregadores*, empresários de todos os ramos, com mais de dois empregados (excluídos os domésticos), representando 2% ou 1.9 milhão de eleitores.

Os eleitores não pertencentes à PEA (32%, 30,3 milhões) foram divididos em *estudantes* que não trabalham (5%, 4,7 milhões), *aposentados* (8%, 7,6 milhões) e em dois grupos de *donas-de-casa*, as com baixa renda familiar (até cinco salários mínimos por mês), que correspondem a 11% do eleitorado (10,4 milhões), e as com renda familiar média ou alta (acima de cinco mínimos), que somam 4% (3,8 milhões)³. Como se pode ver nos gráficos abaixo, no início formal da corrida eleitoral – definido pelas convenções partidárias – Lula está à frente em todos os dez grupos construídos, e em todos chega atrás de Fernando Henrique em meados de setembro – momento em que ambos já estão há mais de duas semanas estáveis, em relação ao que obteriam em 3 de outubro. Mas tanto entre os eleitores da PEA como entre os de fora da PEA, há contrastes expressivos em relação à velocidade e ao momento em que FHC ultrapassa Lula e quanto às diferenças de intenção de voto nos pontos de partida e de chegada:

³ Os restantes 15% não foram incluídos na análise por não se enquadrarem nas condições simultâneas de identidade dos dez grupos criados, como profissionais liberais com renda inferior a dez salários (2%), outros economicamente ativos com combinações variadas (3%) ou com informações insuficientes para classificá-los (6%), ou ainda as donas-de-casa que não souberam informar a renda familiar (4%).

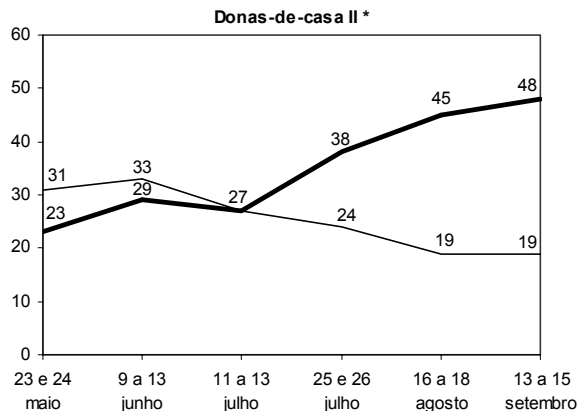
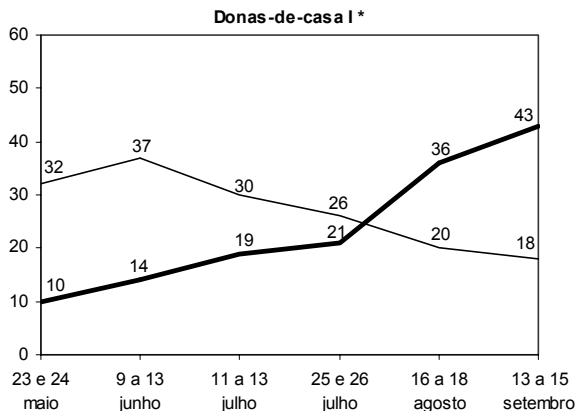
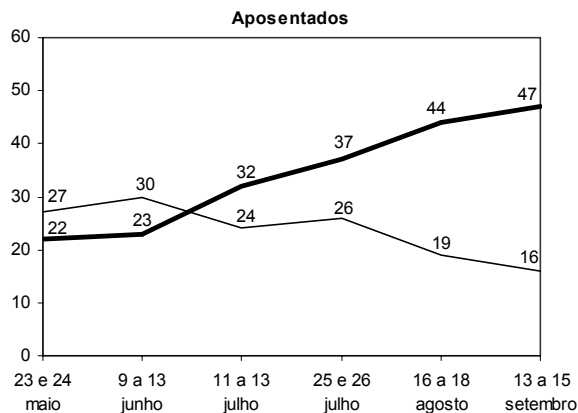
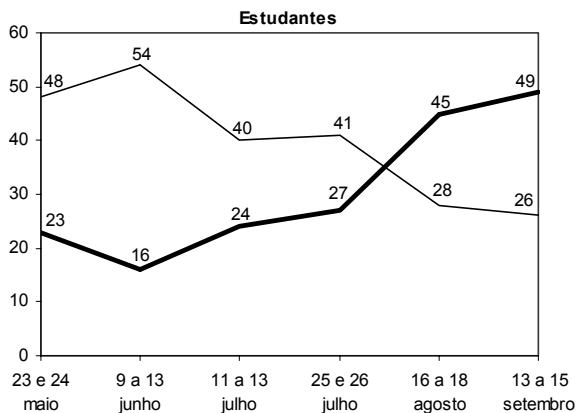
**Evolução das intenções de voto em Lula e FHC entre os eleitores da PEA
(Resposta estimulada, em %)**



Grupos I: No mercado de trabalho informal, com renda baixa; II: no mercado de trabalho informal com renda familiar acima de 5 S.M.; III: no mercado formal, com renda até 10 S.M. e até 2º grau de escolaridade; IV: no mercado formal, com renda acima de 10 S.M., escolaridade 2º grau ou superior

**Evolução das intenções de voto em Lula e FHC entre eleitores fora da PEA
(Resposta estimulada, em %)**

— Lula — FHC



* renda familiar até 5 S.M.

* renda familiar acima de 5 S.M.

Em relação ao momento da virada, observam-se quatro tipos de comportamento: o dos empregadores, cuja maioria pende para FHC já antes da implantação do Real (*Momento 0*); o dos segmentos que se encontram divididos quando ocorre a troca da moeda (*M1*), nos quais a maioria pró FHC se constitui ao longo de julho (aposentados, donas-de-casa II e *grupo IV*); o dos que chegam divididos ao final de julho (*M2*), ainda antes do horário eleitoral (*grupos II e III* e donas-de-casa I, que por pesarem 41%, do total, determinam o empate e a virada no conjunto do eleitorado); e aqueles cuja maioria só pende para FHC a partir de agosto (*grupo I*, desempregados e estudantes), após o início da propaganda em cadeias de TV e rádio (*M3*).

Na PEA, as maiores vantagens iniciais relativas de Lula sobre FHC estavam entre os desempregados (29 pontos percentuais), entre os trabalhadores informais de baixa renda e escolaridade (*grupo I*, 34 pontos), e entre os regularizados mas de renda e escolaridade não altas (*grupo III*, 27 pontos). Entre os informais de renda mais alta (*grupo II*) a desvantagem inicial de FHC em relação à Lula era de 20 pontos, entre os absorvidos pelo mercado de trabalho formal, com renda mais elevada, e profissionais liberais (*grupo IV*), era de 14 pontos, e entre os empregadores era de apenas quatro pontos (a rigor, empate estatístico).

Fora da PEA a liderança de Lula era maior entre estudantes (25 pontos) e donas-de-casa de baixa renda (22): menor entre donas-de-casa de renda mais elevada (9) e sobretudo entre os aposentados (5, empate). Em termos absolutos, diante do peso de cada segmento, a vantagem de Lula assentava-se basicamente nos trabalhadores formais e informais, com renda e escolaridade médias ou baixas (*grupos III e I*).

Na outra ponta do período observado, com a disputa já estabilizada, na PEA FHC obtém suas maiores vantagens relativas entre os empregadores (45 pontos a mais que Lula) e nos informais (*grupos I e II*, 25 e 29 pontos, respectivamente), enquanto as menores vantagens se encontram entre os que estão no mercado de trabalho formal (*grupos III e IV*, 19 e 16 pontos) ou desempregados (19 pontos). Já entre os eleitores fora da PEA obtém vantagem quase homogênea, entre 31 pontos (aposentados) e 23 (estudantes). Em termos de massa de votos, sua vantagem vem dos mesmos grupos de trabalhadores (*III e I*) que quatro meses antes garantiam a liderança tranqüila de Lula.

Se observarmos em cada segmento a variação nesse período entre as taxas mínima e máxima de intenção de voto em FHC e Lula, notaremos que, grosso modo, há dois patamares de variação, que parecem constituir um padrão quando relacionados aos quatro momentos de virada, assinalados acima:

		PEA						NÃO PEA			
	Total	Emprega- dores	Grupo IV	Grupo III	Grupo II	Grupo I	Desempre- gados	Aposenta- dos	Donas- de-casa II	Donas- de-casa I	Estudan- tes
Momento em que FHC ultrapassa Lula *	M2	M	M1	M2	M2	M3	M3	M1	M1	M2	M3
Vantagem de Lula sobre FHC, em 23,24/05 (em pontos percentuais)	23	4	14	27	20	34	29	5	9	22	25
Vantagem de FHC sobre Lula em 13,15/09 (em pontos percentuais)	24	45	16	19	29	25	19	31	29	25	23
Queda de Lula, em pontos percentuais	19	20	12	21	21	27	25	14	14	19	28
Crescimento de FHC, em pontos percentuais	30	25	20	27	32	32	30	25	25	33	33
Queda % de Lula	46	67	31	48	49	57	51	47	42	51	52
Crescimento % de FHC	176	96	80	159	168	246	231	114	109	330	206

*M0: pré-real; M1: início de julho; M2: fim de julho, pré horário eleitoral gratuito; M3: agosto, pós horário eleitoral gratuito.

Fonte : Datafolha

Os segmentos cuja maioria pró FHC se constituiu nos momentos 0 e 1 (pré e logo após o Real) apresentam menor crescimento de FHC (de 20 a 25 pontos percentuais, ou de 80% a 114%) e menor queda de Lula (de 12 a 20 pontos) do que aqueles em que a virada ocorreu nos momentos 2 e 3 (entre 25 e 40 dias após o Real), nos quais o crescimento de FHC variou de 27 a 33 pontos (de 159% a 330%) e a queda de Lula de 19 a 27 pontos.

Tendo havido uma tendência geral de crescimento da candidatura de FHC, é natural que sua ultrapassagem sobre Lula tenha ocorrido antes nos segmentos em que a vantagem inicial do petista era menor. Mas como a diferença final entre os dois não estava pré-determinada – tampouco que FHC devesse ganhar em todos os segmentos – não é óbvio que as maiores variações de intenção de voto devessem ocorrer nos segmentos em que Lula apresentava maior vantagem inicial, como acabou ocorrendo.

Noutras palavras, se tomarmos a alteração da intenção de voto como inconsistência política, do ponto de vista programático-ideológico e partidário, pode-se afirmar que não só demoraram mais para aderirem majoritariamente a FHC, mas também que ao final mostraram-se mais volúveis em termos de opção eleitoral, os desempregados e os *grupos I, II e III*, na PEA, as donas-de-casa I e os estudantes fora da PEA. Ao contrário constituíram antes maioria pró FHC e mostraram-se politicamente menos inconsistentes, o *grupo IV*, os empregadores, os aposentados e as donas-de-casa II.

Diante do papel central do Real na afluência das intenções de voto para FHC, pode-se inferir que os primeiros levaram mais tempo para identificarem FHC ao plano ou para serem convencidos das virtudes do Real. Índícios dessa tendência podem ser observados tanto dividindo-se o eleitorado apenas por grau de escolaridade, como redividindo-o em três grandes estratos – baixa renda familiar (até 5 S.M.), com escolaridade até 2º grau; renda intermediária (de 5 a 20 S.M.), com escolaridade até 2º grau; e renda alta (mais de 20 S.M.) ou escolaridade superior:

**Plano Real como razão do voto em FHC por escolaridade e estratos sociais
(Resposta espontânea, em %)**

	Sobre a intenção de voto em FHC			Sobre o total do eleitorado		
	23,24/05	25,26/07	20,22/09	21,24/05	25,26/07	20,22/09
ESCOLARIDADE						
Até 1º grau	39	57	55	3,5	10,5	18,0
2º grau	54	69	59	3,5	6,0	7,0
Superior	46	51	50	0,5	1,5	1,5
ESTRATO SOCIAL						
I	44	59	54	4,0	9,0	13,5
II	49	63	61	2,0	4,5	7,0
III	43	54	57	1,0	2,0	3,0

*I : Até 2º grau com renda familiar mensal até 5 S.M. ; II : até 2º grau com renda familiar mensal maior que 5 S.M. a 20 S.M.; III : escolaridade superior ou renda familiar maior que 20 S.M.

No fim de maio, o eleitorado que não ultrapassou o 1º grau traz a menor taxa de justificativa de voto em FHC em função do Plano Real (39%), contribuindo assim, com apenas 3,5% das 17% de intenção de voto então, no tucano, não obstante seu peso (68% do total). Embora enquanto razão de voto espontânea, a taxa das menções ao Plano nesse segmento se estabilize já no final de julho, é apenas em setembro, cinco vezes maior que em maio, que seu peso se fará sentir na composição do voto em FHC (18%). Tendência semelhante se observa nos dois primeiros estratos: crescimento e estabilidade do Plano como razão de voto entre maio e julho dentro do eleitorado de FHC e participação decisiva em intenções de voto em setembro.

*O desencanto com a democracia:
análise do comportamento eleitoral dos gaúchos
nas eleições de 1994*

Marcelo Baquero

Professor de Ciência Política do Instituto de
Filosofia e Ciências Humanas da UFRGS

Resumo

Este artigo analisa a cultura política dos gaúchos. Os dados provêm de várias pesquisas realizadas nos 1º e 2º turnos da eleição presidencial de 1994. Seu principal argumento é a inexistência de valores e crenças constitutivas do apoio à democracia, marcando um certo desencanto com a democracia no país.

Palavras-chave: cultura política, democracia, eleição presidencial, Estado do Rio Grande do Sul

Abstract

This article analyses the political culture of the people of the Rio Grande do Sul State (the 'gaúchos'). The data come from many electoral surveys conducted during the first and second round of the 1994 Brazilian presidential election. It's main argument is the inexistence of beliefs and values for support for democracy in general, and a certain disenchantment with democracy in the country.

Keywords: political culture, democracy, presidential election, Rio Grande do Sul State

Introdução

Na maioria das vezes, a política envolve ações coletivas por parte dos cidadãos. O que torna possível essas ações coletivas é a cultura política, que Sidney Verba (1969, p. 513) definiu como *o sistema de crenças empíricas, símbolos e valores que definem a situação na qual a ação política ocorre*. Por sua vez a ação política é o resultado de fatores do processo de construção histórica do cenário estudado, bem como de variáveis relacionadas com o processo de desenvolvimento econômico e modernização de uma sociedade. Tentar caracterizar uma cultura política passa, portanto, pela compreensão da história política de um sistema político e os fatores estruturais e conjunturais que moldam essa cultura.

Este artigo é um esforço no sentido de tentar fazer essa caracterização no Rio Grande do Sul e compreender o processo eleitoral de 1994 a partir dela. Para alcançar esse objetivo, a análise utiliza fontes primárias e dados de pesquisas tipo *survey* realizadas nas últimas três décadas no Rio Grande do Sul.

No campo da Antropologia, os avanços no que se refere à análise da estruturação da identidade cultural do “gaúcho” têm sido significativos (OLIVEN, 1984; 1993). Do ponto de vista da ciência política, embora a produção científica sobre a história do Rio Grande do Sul seja significativa (LIMA, 1935; VARELA, 1933; LAYTANO, 1934; SILVA, 1964; LOVE, 1971), particularmente no que se refere ao resgate e sistematização dos momentos mais marcantes da história política do Estado, a tentativa de caracterizar a cultura gaúcha é recente.

Um dos primeiros estudos a tentar desvendar as motivações e estímulos dos gaúchos para participar na política na década de setenta, e conseqüentemente tentar caracterizar a cultura política gaúcha é o do professor Judson De Cew (1977) que examinou a experiência política e comportamento eleitoral no Rio Grande do Sul. Esse estudo somou-se a trabalhos oriundos de pesquisas eleitorais que buscavam compreender a dinâmica subjacente ao comportamento político dos gaúchos (XAUSA e FERRAZ, 1963; CAVALCANTI e DUBNIC, 1964; TRINDADE, 1973; DE CEW, 1977), e que atualmente se constituem num acervo documental e de pesquisa sobre a vida política no Rio Grande do Sul.

As principais conclusões desses estudos apontavam para a existência de padrões de comportamento político politizado, comparativamente a outros estados do país.

Não havia, entretanto, análises detalhadas sobre o processo de formação de atitudes e a conseqüente cultura política que emergia decorrente dessas atitudes. Há uma lacuna no que diz respeito à caracterização da cultura política nesse Estado.

Uma tradição de instabilidade

Os fatores mais marcantes da história do RS têm sido seu envolvimento em movimentos e/ou eventos na arena política que levam os estudiosos a sugerir que, comparativamente a outros estados brasileiros, o RS mostrava elementos de amadurecimento político (LOVE, 1971; CORTES, 1974; DE CEW, 1977). A característica histórica fundamental, no entanto, segundo De Cew, tem sido de instabilidade política. O estudo desenvolvido pelo autor mostrou que de 1889 a 1966 a política no Estado foi marcada por períodos de instabilidade, tanto do ponto de vista das relações sociais como do ponto de vista institucional. Outrossim, a liderança assumida pelos gaúchos em movimentos nacionais serviu para *mostrar* o grau de politização desse Estado.

Em 1835, por exemplo, os gaúchos estabeleceram a República Independente Rio-Grandense na guerra conhecida como a Revolução Farroupilha. No entanto, quando o presidente argentino Juan Manuel de Rosas convidou os gaúchos para serem mais uma província Argentina, houve uma rejeição total e o RS reintegrou-se ao Império Brasileiro em 1845 (CORTES, 1974, p. 5).

Por outro lado, as guerras civis uruguaias forçaram os gaúchos a um estado de constante alerta contra invasões estrangeiras que queriam roubar o gado. Os gaúchos, de forma geral, sempre estiveram presentes nos movimentos históricos de confronto com outros países. Por exemplo, o contingente gaúcho na força militar brasileira que ajudou a derrotar Rosas na Batalha de Monte Caseros em 1852 foi significativa. De 1865 a 1870, os gaúchos estiveram presentes (24%) na Guerra Tríplice Aliança contra o ditador paraguaio Francisco Solano Lopes.

Segundo Cortes (1974) com o clímax da guerra paraguaia, e com uma história de mais de um século de lutas houve um impacto no sistema de crenças do gaúcho e no seu comportamento político. Esses anos de sacrifícios econômicos e humanos tornaram o gaúcho extremamente orgulhoso e defensivo em relação ao seu Estado e sua história. Ele internalizou a crença de que em *decorrência do sofrimento e derramamento de sangue em nome do seu país e sua decisão de ser brasileiro ao invés de argentino, o tornou um melhor cidadão do que seus compatriotas brasileiros não voluntários* (CORTES, 1974, p. 5).

Nesse período de turbulência política criou-se um sentimento entre os gaúchos de estarem sendo sempre explorados pelos não-gaúchos. Essas percepções levaram, ao longo do tempo, a institucionalizar um comportamento de rejeição de imposições, fossem em nível federal, através do governo ou de instituições governamentais.

Do ponto de vista da política interna do estado, especialmente, entre 1881 e 1882, a disputa entre Júlio de Castilhos e os Federalistas teve um profundo impacto nos padrões políticos estabelecidos e que perduram até o presente. Dividiu o estado em dois campos irreconciliáveis que prevaleceram de 1884 até 1964 (CORTES, 1974).

Os estudos realizados por Cortes (1974) e De Cew (1977), e dos quais retiramos as principais conclusões, são valiosos para compreender o padrão histórico da política gaúcha. Tal qual a brasileira, a história no RS tem-se caracterizado pela instabilidade política. Do ponto de vista da abordagem da cultura política uma situação desse tipo não é condutiva para o surgimento de cidadãos politicamente auto-suficientes ou com eficácia política. Na verdade, as oscilações no campo político e flutuações no campo econômico se constituem na base de uma cultura política que se estrutura fundamentalmente influenciada por fatores conjunturais. Na década de 70, por exemplo, o “milagre brasileiro” foi fundamental para a institucionalização de um certo orgulho do potencial econômico do país. Em 1985, houve euforia em torno do Plano Cruzado no qual os cidadãos “participaram” ativamente na fiscalização da economia. Outro evento marcante foi a ampla mobilização pelas eleições diretas. Mais recentemente as manifestações da sociedade civil e, particularmente, dos “cara pintadas”, no processo de *impeachment* de Collor de Mello, mostrou o potencial de mobilização da sociedade civil. Nas eleições de 1994, o Plano Real foi o ponto decisivo que influenciou o comportamento político do brasileiro e levou Fernando Henrique Cardoso à Presidência da República (MENDES & VENTURI, 1994). Simultaneamente, com essas mobilizações, entretanto, a sociedade conviveu com a crescente corrupção no governo, ineficiência administrativa, uma queda na qualidade de vida, o agravamento da situação econômico-social e uma aparente indiferença generalizada dos governantes em resolver os problemas do país.

Essa situação é típica de sistemas politicamente instáveis, a qual leva as elites no poder a tentar organizar a política e o poder ao seu favor, fruto de sua insegurança e incapacidade administrativa. Dessa maneira, a politização é episódica e temporária, podendo ir de um forte ativismo circunstancial, para uma apatia permanente. No caso do povo gaúcho, o comportamento político pode ser mais disciplinado, talvez pela influência platina, mas não significa necessariamente que sua cultura política seja composta, na sua maioria, de cidadãos com elevado grau de eficácia política.

Assim, a imagem de um Estado altamente politizado, mantida ao longo do tempo, contrasta com os resultados de pesquisas de levantamento de opinião pública, nas quais fica cristalizada uma tendência de crescente distanciamento em relação à política em índices semelhantes a outros estados. Em pesquisa eleitoral realizada em oito cidades brasileiras em 1982 (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo

Horizonte, Porto Alegre, Salvador, Recife, Fortaleza e Campinas-SP), os resultados em relação a itens como politização (interesse por política), níveis de informação e participação eleitoral mostraram percentagens aproximadas, sugerindo uma certa homogeneidade de comportamento político, pelo menos nas grandes capitais. A capital gaúcha não se distanciou significativamente dos outros estados. Na verdade, muitas vezes, existe uma tendência natural de supervalorizar a história regional como catalisador de orgulho, como base de desenvolvimento de identidades regionais e como elementos de diferenciação importantes na consolidação de uma identidade cultural própria. O estabelecimento dessa identidade cultural, entretanto, não significa que haja um conseqüente aumento da eficácia política dos cidadãos. A politização, assim, parece depender de outros fatores.

Atualmente, a caracterização da cultura política de um sistema político deve ser vista em face não só à sua história e eventos conjunturais, mas também influenciados pelo cenário internacional, isso porque assistimos a grandes transformações não só em nível regional, nacional, mas sobretudo em nível internacional. O processo de globalização em virtude da institucionalização dos meios de comunicação como um super poder, o qual leva ocorrências em contextos distantes para os lares dos cidadãos em todo o mundo, encurtou distâncias e criou um senso de proximidade com problemas comuns em outros sistemas políticos. Hoje em dia, sabemos o que se passa em outros países em questão de horas ou minutos, o que era impensável algumas décadas atrás.

Esse processo de internacionalização da cultura tem aspectos positivos e aspectos negativos na estruturação de sistemas de crenças e valores em diferentes cenários. No caso particular da América Latina, vários autores tem apontado para os efeitos deletérios da difusão de valores que rompem com normas secularmente estabelecidas no campo das relações sociais criando crises de identidade (LANDI, 1988). A juventude, em especial, é mais suscetível de internalizar esses valores gerados por culturas alheias à sua realidade. O impacto desse processo na dimensão política tem sido o surgimento de um sentimento híbrido e amorfo em relação às instituições políticas e seus representantes. Não se vislumbram processos efetivos de educação política, o que tem levado à manutenção de relações sociais que se pautam pelo individualismo e perda de senso de comunidade. O resultado não pode ser outro senão a permanente instabilidade política e crise de governabilidade, às quais ficam mais nítidos no processo de transição de um regime para outro, como será visto a seguir.

Tradição, relações sociais e cultura política

Os momentos de crise de qualquer sistema político fazem aparecer o que existe de mais positivo e de mais negativo na vida social. A tentativa do Brasil em consolidar a democracia se caracteriza pelo constante enfrentamento com as crises no campo político (crise de legitimidade e governabilidade), no campo social (ausência de mecanismos que viabilizem a conquista da cidadania plena), no campo econômico (crescente concentração de renda e índices inflacionários elevados) e no campo cultural (crise de identidades coletivas e ampliação de práticas individualistas), o que faz com que o processo de construção de uma cultura política crítica e participativa seja demorada e com poucas probabilidades de ter sucesso. Se por um lado, as crises dão visibilidade à prática política no país, por outro lado, a não-resolução de problemas imediatos no campo social pode criar uma indiferença tanto por parte dos governantes como da sociedade civil. Essa situação, levada às últimas conseqüências, reproduz padrões tradicionais de comportamento político e a uma estagnação generalizada no próprio processo de desenvolvimento político. Na dimensão político-eleitoral, o fator preponderante na escolha dos candidatos é a pessoa do candidato e não o partido.

Se o saldo positivo do processo de redemocratização e a possibilidade dos cidadãos participarem nas formas convencionais de participação política, bem como na possibilidade de interferir naqueles processos mais visíveis, como foi o caso do *impeachment* do presidente Collor de Mello com a participação ativa dos jovens caras-pintadas, no lado negativo, observamos que práticas políticas tradicionais não têm sido superadas, ou seja, o personalismo, o individualismo, o clientelismo e a emoção continuam a ser os catalisadores de ações políticas em detrimento de instituições intermediárias.

A reincidência dessas práticas políticas, como foi dito anteriormente, aliada à incompetência dos governantes em resolver os problemas mais imediatos no campo social e econômico, tem criado uma situação onde o Estado tem perdido credibilidade, não se constituindo no regulador das relações sociais, viabilizando o surgimento daquilo que poderia ser chamado do “estado de natureza” num contexto moderno, no sentido proposto por Thomas Hobbes (1978). Ou seja, vivemos, atualmente um processo de crise de valores éticos e morais onde o lema que se popularizou é do “salve-se quem puder” (BAQUERO, 1992). A conseqüência desse processo não poderia ser outra senão a estruturação de uma cultura política fragmentada e sem pontos de referência de identidades coletivas. Segundo Cristovão Buarque (1991), atualmente vivemos um processo de apartação social.

As instituições que deveriam ser as catalisadoras dessas identidades coletivas não têm credibilidade na sociedade. Nesse caso, especificamente, podem ser apontados os partidos políticos e os poderes constituídos, o legislativo, o judiciário e o executivo.

Dessa forma, questões que em outros países foram resolvidas a longo tempo, tais como o tipo de economia, o papel do Estado na sociedade, o papel do cidadão no processo político e o estabelecimento de uma base material que estabelecesse algum tipo de igualdade social, no Brasil estão longe de serem resolvidas.

Se tomarmos como parâmetro de comparação com o Brasil os países da Europa Ocidental na década de 1970, constata-se o pouco que se tem avançado em relação à consolidação plena da cidadania e a igualdade social. Nesses países, nessa época, que Daniel Bell (1978) caracterizou como sendo do fim das ideologias, essas sociedades passaram para o estágio que se convencionou chamar de pós-materialismo. Isso significava dizer que na medida em que os problemas de natureza econômica haviam sido resolvidos via implementação de políticas sociais e econômicas que garantiam os direitos sociais dos cidadãos, a questão ideológica como base de confronto entre partidos passou a ser secundária. A partir dessa época, os pleitos eleitorais se davam em torno das orientações das políticas públicas e capacidade de gerenciamento (LIPJHART, 1992). Isto porque não havia desigualdades sociais agudas que possibilitassem o conflito ideológico. A base material garantia a estabilidade política. Em virtude dessa situação, esses países, do ponto de vista da sociedade civil, passou para um estágio superior de organização e ações políticas. As reivindicações se davam muito mais em torno de problemas ecológicos (que possibilitou o surgimento do Partido Verde), qualidade de vida e lazer.

No caso brasileiro, poderia-se dizer que a base material ainda está em processo precário de construção. As desigualdades sociais são agudas e crescentes. A concentração de renda alcança patamares gigantescos minimizando a possibilidade de “pactos sociais” e comprometendo uma aproximação entre grupos tradicionalmente hostis entre si (capital e trabalho).

Além da ausência de uma base material que garanta um nível razoável de vida para os cidadãos, problemas de natureza estrutural (patrimonialismo, personalismo, clientelismo e individualismo), dificultam a consolidação democrática. Nessa perspectiva, pode-se afirmar que características de um Estado patrimonialista continuam a retardar o surgimento de uma cultura politizada.

A característica principal desse Estado patrimonialista é a prevalência da lógica econômica sobre a lógica política onde os recursos econômicos são utilizados para financiar obras de efeito social duvidoso e num contexto de “dívidas estatais”. Assim, o Estado é visto pelos cidadãos como sendo a fonte de poder num sentido

paternalista e personalista. Aliada a essa característica deve ser acrescentado o caráter tributário, que o Estado passou a desempenhar nos últimos anos, interferindo cada vez mais no cotidiano das pessoas.

Presentemente, o Estado neoliberal que se instalou com Collor de Mello e continua com Itamar Franco reproduz a matriz que separa a dimensão política da dimensão econômica, ou seja, os cidadãos são levados a pensar que a sua responsabilidade política no cenário de democratização se esgota no voto. Os meios de comunicação, os partidos políticos e as instituições interessadas nos pleitos eleitorais, de forma geral, circunscrevem o dever cívico única e exclusivamente ao sufrágio. A cidadania, nesse sentido, só é observada a cada quatro ou cinco anos. A ênfase, portanto, exclusivamente no método democrático pode ser negativa a longo prazo, na medida em que os cidadãos não aprendem a conviver com as incertezas da democracia (PZREWORSKI, 1992). É necessário pensar em formas alternativas de participação e representação política.

Por outro lado, a ausência de partidos políticos efetivos capazes de mediar os interesses da sociedade perante o Estado dificultam ainda mais a conquista da cidadania social, levando à manutenção de relações sociais politicamente subdesenvolvidas num contexto de grandes transformações econômicas, o que acaba criando uma sociedade de massas sem cidadãos. Não se constata, portanto, uma correlação linear entre democracia política e democratização da sociedade.

Essas relações sociais que, do ponto de vista da ciência política, se denominam de relações terciárias estabelecem uma configuração estrutural onde os principais elementos são o Estado e o sujeito. A consequência dessa estrutura de relações sociais é a vulnerabilidade da população a apelos demagógicos e populistas em detrimento de instituições intermediárias como seriam os partidos. Por outro lado, essa situação permite que os próprios executivos governamentais negligenciem essas instituições intermediárias e apelem para ganhar legitimidade dos cidadãos diretamente. Isso, por exemplo, explicaria a tendência do ex-presidente Collor de Mello em desprezar o apoio partidário e buscar o apoio diretamente na população. Situação semelhante observou-se no Peru, onde o presidente Fujimori fechou o Congresso e contou com o apoio maciço da população. Situação semelhante foi vivida pela Bolívia. O apelo direto para alcançar legitimidade política tem sido caracterizado por Guillermo O'Donnell (1993) como sendo típico de "democracias delegativas".

Esse apoio que não é circunstancial nem aleatório é o resultado de uma conjugação de fatores entre os quais destaca-se a ausência de uma matriz de crenças orientadas para valorizar a democracia em todas suas instâncias e a presença de práticas políticas influenciadas pelo imaginário (FOUCAULT, 1978) ou pelo pensamento mágico (FREIRE, 1978). Segundo Enzo Faletto (1989, p. 84) *para que pueda subsistir un orden social es esencial que existan creencias e valores. A*

ausência desses valores compromete a institucionalidade democrática já precária na medida em que, as pessoas não têm consciência dos seus direitos enquanto cidadãos e, em muitos casos, atribuem sua situação de penúria a forças metafísicas que não compreendem, que cria um senso de conformismo. Institucionaliza-se assim, a cultura do conformismo.

Sistema de crença e a cultura política gaúcha

A visualização desse processo (conformismo e distanciamento com a política) fica claro quando se examina o comportamento político dos eleitores. Pesquisas realizadas ao longo do tempo têm constatado que no processo eleitoral a figura ou pessoa do candidato é muito mais decisiva na preferência do eleitor do que o partido (BAQUERO, 1978).

Esse comportamento político tem uma lógica subjacente quando se examinam os tipos de estratos ou tipos de eleitores num determinado sistema político. Para efeitos de discussão estabeleceu-se uma estratificação de eleitores no Rio Grande do Sul do ponto de vista da forma como eles percebem a política e como a decodificam.

A matriz teórica utilizada é aquela proposta por Philippe Converse (1964), que enfatiza a importância e relevância da dimensão simbólica na configuração dos fenômenos políticos. Subjacente à proposta de Converse está a aceitação da informação vertical piramidal, onde uma minoria é bem informada sobre fenômenos políticos, enquanto que a grande maioria não consegue decodificar criticamente as informações recebidas.

É possível situar os eleitores, baseado neste princípio, em estratos que diferem de acordo com o nível de informação e decodificação das informações. Dados de pesquisas de opinião pública possibilitam a caracterização de estratos de eleitores de acordo com a sua percepção de fenômenos políticos.

São cinco os estratos de eleitores identificados por Converse e que procurou-se aplicar ao Rio Grande do Sul. Esses estratos são: o estrato dos ideólogos, o estrato dos quase-ideólogos, o estrato do interesse de grupo, o estrato natureza dos tempos e o estrato sem conteúdo ideológico.

O primeiro estrato, dos ideólogos, refere-se àqueles eleitores que demonstram uma compreensão das dimensões abstratas da política. Outrossim, mostraram consistência nas respostas dadas. No caso, dos porto-alegrenses, especificamente, poderia se exemplificar dizendo que ideólogos são aqueles que agem no campo político baseados numa compreensão de diferenças programáticas entre partidos e mostram convicção nos seus posicionamentos políticos. Motivam-se, muito mais a partir de informações concretas do que baseados por emoção, intuição ou por influência de outros.

O segundo grupo, dos quase-ideólogos, é composto por aqueles eleitores que não dependem de categorias ou dimensões conceituais para seu comportamento político. Entretanto, as respostas por eles dadas deixavam dúvidas sobre a consistência entre atitudes e comportamento.

O terceiro grupo é formado por eleitores que não dependem de bases ou dimensões conceituais no seu comportamento político, embora fizessem avaliações sobre essa temática. São aqueles eleitores que, de maneira geral, dicotomizam a política em termos de ricos-pobres. Esses eleitores agem na base de motivações emocionais e dependendo do grupo a que pertencem. Os cidadãos mais sofisticados desse grupo tendem a desenvolver atitudes corporativas.

O quarto grupo, natureza dos tempos, é uma categoria residual. As avaliações por eles feitas não eram tão consistentes que possibilitassem um enquadramento nos níveis anteriores. A respeito desse grupo pode-se dizer que seu comportamento em relação a objetos políticos está baseado em avaliações conjunturais. Seu comportamento é razoavelmente previsível a partir da associação que eles estabelecem entre candidatos e/ou partidos e o estado geral da nação em termos econômicos. É um grupo tipicamente conjuntural.

O quinto grupo, sem conteúdo ideológico, é composto por sujeitos que mostram total inconsistência nas suas atitudes por um lado e, comportamento político por outro. As respostas, por eles dadas, são todas no sentido de desconhecimento da dimensão política e motivados por aspectos emocionais e subjetivos.

As questões aplicadas para identificar os estratos, acima referidos, foram selecionadas levando em conta a possibilidade de captar o grau ou apreensão da dimensão política (Anexo 1).

A distribuição dos eleitores porto-alegrenses num contexto longitudinal de 1982 a 1989 é apresentada na Tabela 1.

Tabela 1
Distribuição do eleitorado porto-alegrense em 1982, 1986, 1988, 1989 (%)

Níveis de conceitualização	82	86	88	89	94
Ideólogos	3,5	2,2	2,9	2,6	2,3
Quase-ideólogos	7,7	8,4	8,9	8,9	7,7
Interesse de Grupo	21,4	27,2	30,0	32,0	33,1
Natureza dos Tempos	31,6	33,0	30,0	33,0	29,7
Sem conteúdo Ideológico	37,0	32,0	27,0	24,0	29,0
TOTAL (n)	415	572	490	547	609

Fonte: Pesquisas por amostragem, Porto Alegre, 1982, 1986, 1988, 1989. Nupergs/UFRGS.

Os dados, quando comparados com os resultados obtidos por Converse nos Estados Unidos (ideólogos 3,5%, quase-ideólogos 12%, interesse de grupo 45%, natureza dos tempos 22%, sem conteúdo ideológico 17,5%), mostram que, mesmo levando-se em conta a diferença da época, os eleitores em Porto Alegre se situam no estrato natureza dos tempos e sem conteúdo ideológico, na faixa de 60%, comparado com 47% nos EUA.

As implicações desses dados, do ponto de vista da constituição da cidadania apontam para os limites do surgimento de cidadãos politicamente auto-suficientes e a influência de fatores conjunturais no comportamento político-eleitoral dos cidadãos.

De 1982 a 1994, o conjunto dos dados para todas as categorias em Porto Alegre se mantém constante sugerindo que, apesar dos aumentos nas taxas de escolaridade, do crescente impacto dos meios de comunicação, especialmente a televisão, o trânsito das categorias mais inferiores para categorias mais exigentes no sentido de conceitualização é mínimo. Não há, portanto, uma relação linear entre expansão da informação e o surgimento de cidadãos efetivos.

A estagnação ou pouca mobilidade vertical observada no período examinado, poderia explicar a reprodução de traços típicos da política tradicional. Observa-se, assim, a espetacularização da política, onde o(s) candidato(s) é(são) visto(s) como produto(s) a ser(em) vendido(s). Os aspectos essenciais passam a ser a figura do candidato, seu carisma, seu *sex appeal* no eleitorado. No caso argentino, a vitória de Menem é explicada nesse sentido (LANDI, 1992). No caso brasileiro, o ex-presidente Collor de Mello exemplifica a utilização dos meios de comunicação para captar o apoio do eleitorado. Isso sugere que a grande maioria dos eleitores continua a depender de “dicas” que emanam de grupos sociais de referência ou líderes políticos para tomar decisões nesta área. Nas eleições de 1994, o marketing político também se fez presente de forma exaustiva.

Observa-se, assim, uma situação curiosa no contexto estudado e que pode ser ampliada para o resto do país qual seja, o crescente enfraquecimento das redes sociais e o declínio de lealdades às instituições políticas. Os dados mostram que, ao longo de 12 anos, não houve alterações qualitativas significativas em termos de politização do cidadão. Isso pode ser indicativo não apenas de uma falta de politização do eleitor, mas também da pouca eficácia das instituições políticas em constituir mecanismos eficientes de consolidação da cidadania.

Uma das causas para a estagnação da cidadania, definida em termos de apreensão conceptual da política, pode ser encontrada na influência que as condições econômicas tem nos cidadãos. O crescente desemprego, taxas elevadas de inflação, baixas expectativas de mobilidade social e incerteza geral em relação ao futuro, orientam a atenção dos eleitores para a dimensão econômica. Na ausência de cidadãos auto-suficientes, o discurso de quem “promete mais” ou

“quem impressiona mais”, seja no palanque, ou televisão, é decisivo para ganhar a simpatia desses eleitores.

O cenário de 1994 pode ser ilustrativo dessa situação. Via meios de comunicação de massa, os eleitores foram levados a ver na inflação o grande inimigo do país. Houve uma socialização política dessa dimensão. Dessa forma, quem derrotasse (o Plano Real) o grande vilão da vida dos brasileiros (a inflação), poderia levar os dividendos dessa batalha (Fernando Henrique Cardoso). Na pesquisa desenvolvida no RS, antes do primeiro turno, ficaram evidenciadas duas posturas por parte dos eleitores. Em primeiro lugar, um desejo explícito de mudança na área econômica (82%); em segundo lugar, a importância atribuída pelo eleitor à necessidade de que essa mudança deveria ser continuada pelo responsável pelo Plano (Fernando Henrique Cardoso, 72%). Essa percepção evidenciou-se inclusive naqueles que não manifestaram preferência pelo candidato do PSDB. Embora o candidato Luís Ignácio Lula da Silva do PT tenha ganho a eleição no RS, a diferença percentual comparada com as eleições de 1989 diminuiu significativamente (1989, segundo turno: Collor 29,4%, Lula 69,4%; 1994, primeiro turno: FHC 31%, Lula 36%).

As eleições de 1994 no RS

Face ao que foi até aqui enumerado como os fatores proeminentes da cultura política gaúcha, como podem ser avaliados os resultados? Os dados apresentados são o resultado de várias pesquisas realizadas durante o primeiro e o segundo turnos da eleição no RS.

Um dos fatores que mais chamou a atenção no RS foi o desempenho obtido pelo Partido dos Trabalhadores no segundo turno. Até o dia da votação, havia absoluta incerteza sobre quem seria o vencedor. Os resultados das pesquisas de boca-de-urna, divulgadas após o encerramento da votação, mostraram um empate técnico entre Olívio Dutra do PT e Antonio Brito do PMDB (Datafolha: 46% a 46% e Ibope: 48% a 48%). O desempenho do PT no segundo turno é altamente significativo tendo em vista o desempenho no primeiro turno (28,1%). Um mero realinhamento natural de eleitores no segundo turno não é suficiente para explicar o crescimento do candidato do PT neste mesmo turno. Dentre as várias explicações, algumas parecem ser mais salientes que outras. Em primeiro lugar, pode-se dizer que o PT é o tipo de organização que evidencia as características de um partido moderno, que cresce gradual e consistentemente a partir de 1982, conforme os dados da Tabela 2.

Em segundo lugar, deve ser salientado o declínio agudo do PDT no estado e a nítida transferência desses votos para o PT no primeiro turno. Em resposta a uma pergunta aberta que procurou verificar por que quem votou em Brizola em 1989 deixou de votar nele em 1994, os entrevistados disseram que por Brizola estar desatualizado ou velho, por uma avaliação negativa do governo Collares no RS e devido à imagem negativa do governo do Rio de Janeiro veiculada pelos meios de comunicação.

Tabela 2
Votação para governador no Rio Grande do Sul (%) 1982-1994

	1982	1986	1990 (1º t)	1990 (2º t)	1994 (1º t)	1994 (2º t)
PSD	34,1	-	25,8 (PL, PFL, PRN)	28,9	7,09	-
PDT	20,4	23,6 (PDS)	28,0 (PSDB, PCdoB)	45,6	4,56	-
PT	1,3	5,3	7,9 (PSB, PCB)	-	28,13	45,38
PMDB	33,5	41,6	15,9	-	39,85	49,58
PSB	-	5,2	-	-	-	-
PFL	-	10,8	-	-	-	-
PRONA	-	-	-	-	0,88	-
PRN	-	-	-	-	0,49	-
BRANCOS	8,8	10,2	11,8	4,1	14,31	0,88
NULOS	1,8	2,9	10,4	21,2	4,70	4,16
TOTAL	3.799.013	4.820.506	5.224.485	5.079.171	5.079.111	-

Fonte: TRE/RS

Acrescente-se a este cenário eleitoral de desempenho do PT uma percepção e subsequente avaliação positiva, por parte dos eleitores porto-alegrenses, da administração do PT na prefeitura da capital gaúcha. Os dados mostram que, a partir do segundo ano da administração do PT em Porto Alegre, a avaliação passa a ser positiva, com mais de 50% dos porto-alegrenses aprovando a administração municipal. Outrossim, a militância do PT em Porto Alegre é uma variável que não pode ser subestimada no crescimento do referido partido. Pode-se dizer que, para os petistas, foi “uma derrota com sabor de vitória”.

O que chama a atenção, entretanto, é que nesse cenário eleitoral a dimensão de apoio a fatores de construção democrática parecem ter estagnado, ao menos na capital gaúcha, quando comparada com pesquisas realizadas em nível nacional em anos recentes (MOISÉS, 1994). Isto, obviamente, não significa dizer que exista uma pré-disposição a rupturas institucionais, mas pode ser indicativo de um padrão atitudinal de desencantamento com a democracia enquanto valor. Nestas circunstâncias, a instabilidade política é a característica dos governos eleitos.

Os dados permitem uma comparação entre pesquisas que estudam a concepção de questões de democracia realizadas em quatro momentos: em setembro e novembro de 1989 e em março de 1990, em amostragem nacional, com levantamento de dados feitos pelo Instituto Datafolha, e em novembro 1994, em amostragem na cidade de Porto Alegre, com levantamento de dados feitos pelo Nupergs/UFRGS. O *survey* realizado em 94 em Porto Alegre utilizou as perguntas sobre o assunto que estiveram contempladas em pelo menos um dos levantamentos nacionais, objetivando uma visão longitudinal para a comparação dos resultados. Cabe salientar de antemão, contudo, que tratam-se de pesquisas realizadas em momentos distintos e cenários diferentes. Assim os resultados precisam, para uma comparação mais efetiva, serem considerados em sua realidade político-conjuntural. A avaliação comparativa, portanto, deve ser considerada como uma análise preliminar, que posteriormente deverá ser contextualizada com dados atualmente em fase de coleta em nível estadual no RS.

Os dados da Tabela 3 mostram que em setembro de 1989, 84,1% dos entrevistados em nível nacional acreditavam que os políticos brasileiros cuidavam de seus interesses em primeiro lugar. Em novembro do mesmo ano, véspera da primeira eleição presidencial após o período militar, este índice cai para 59,5%, talvez em função da própria campanha política. Já em março de 1990, ainda em *surveys* nacionais, a descrença nos políticos volta a crescer, aparecendo com praticamente os mesmos resultados da primeira pesquisa (86,1%).

Na pesquisa realizada em Porto Alegre, os entrevistados foram ainda mais desfavoráveis à imagem dos políticos: 90,6% responderam que eles cuidam de seus próprios interesses e apenas 6,2% dos interesses dos eleitores. Na questão referente aos partidos políticos, os dados sugerem uma tendência de diminuição da percepção da população quanto à representatividade dos partidos políticos. Na pesquisa de setembro de 1989, 32,7% dos entrevistados acreditavam que os partidos políticos representavam a população/os eleitores: em março de 1990, 28,4%; finalmente em Porto Alegre, em novembro de 1994, apenas 9,0% dos entrevistados tiveram esta opinião. O percentual dos entrevistados que responderam que os partidos representam os próprios políticos obedeceu a mesma lógica de opinião: nas sucessivas pesquisas, 50,8%, 64,7% e 86,4% dos entrevistados responderam que os partidos orientam suas ações para a defesa dos interesses dos próprios políticos.

Quando perguntados sobre a confiança no Congresso Nacional, 23,1% dos entrevistados em setembro de 1989 responderam positivamente, 57,4%, não confiavam no Congresso e 14,4%, confiava em parte. Dois meses depois houve um aumento dos entrevistados que manifestaram confiança no Congresso Nacional: 38,6% responderam que sim, 38,4%, que não e 15,3%, em parte. No *survey* realizado em Porto Alegre em novembro de 1994, observa-se uma modificação em relação aos dois anteriores.

Os que responderam “não confiam” permanecem no mesmo patamar da pesquisa realizada em novembro de 1989 (35,1%). Houve, no entanto, uma diminuição significativa dos que responderam que “confiam” no Congresso (14,4%) e um grande aumento daqueles que “confiam em parte” (49,1%), o que pode estar mostrando uma postura de expectativa por parte dos eleitores com relação ao próximo Congresso Nacional.

No que diz respeito ao item confiança no Governo Federal, as perguntas variaram nas sucessivas pesquisas. Em setembro de 1989, 26,1% dos entrevistados responderam que confiavam no Governo Federal, 10,3%, que confiavam em parte e 59,3%, que não. Em novembro do mesmo ano, houve um aumento da confiança no Governo Federal, passando para 41,9% os entrevistados que disseram que sim e diminuindo para 41,6% os que disseram que não (o percentual dos que respondem em parte continuou igual). Modificação significativa no levantamento realizado em Porto Alegre em novembro de 1994. Aqui os entrevistados que disseram confiar no Governo Federal voltou ao patamar de setembro de 1989 (26,9%), mas houve um grande aumento dos que responderam confiar em parte (passou para 42,7%) e uma grande diminuição dos que não manifestaram confiar no Governo Federal (28,7%).

Na dimensão da eficácia política (pergunta 5), em setembro de 1989, 30,7% dos entrevistados acreditavam influenciar a política. Dois meses depois, este número aumenta para 46,8% e em novembro de 1994 em Porto Alegre passa para 19,5%. Os que disseram que não influenciam a política foram respectivamente 57,8%, 38,5% e 63,1%. Comparando os *surveys* nacionais com o realizado em Porto Alegre, verificamos que há um efetivo aumento de percentual de entrevistados que responderam que não influenciam a política ou que a influenciam apenas em parte, acompanhado da diminuição dos que acreditam influenciar.

Tabela 3
Questões relacionadas com dimensão atitudinal de apoio à democracia (%)

Perguntas	BRASIL			POA
	SET 89	NOV 89	MAR 90	NOV 94
1) O Sr.(a) diria que os políticos brasileiros, em primeiro lugar:				
a) Cuidam dos interesses dos eleitores	10,2	29,4	11,3	6,2
b) Cuidam de seus próprios interesses	84,1	59,5	86,1	90,6
c) NS/NR	5,7	11,0	2,6	3,1
2) Os partidos políticos representam mais:				
a) A população/ os eleitores	32,7	28,4	-	9,0
b) Os próprios políticos	50,8	59,5	-	81,4
c) NS/NR	16,5	11,0	-	4,6
3) O sr.(a) confia no Congresso Nacional, isto é, nos Deputados Federais e Senadores?				
a) Sim	23,1	38,6	-	14,4
b) Em parte	14,4	15,3	-	49,1
c) Não	57,4	38,4	-	28,7
d) NS/NR	5,1	7,6	-	1,3
4) O sr.(a) confia no Governo Federal, isto é, no Presidente da República e seus Ministros?				
a) Sim	26,1	41,9	-	26,9
b) Em parte	10,3	10,3	-	42,7
c) Não	59,3	41,6	-	28,7
d) NS/NR	3,6	6,2	-	1,6
5) O sr.(a) influência a política?				
a) Sim	30,7	46,8	-	19,5
b) Em parte	5,4	9,0	-	14,4
c) Não	75,8	38,5	-	63,1
d) NS/NR	6,1	5,7	-	3,0
6) O país seria melhor com um só partido político?				
a) Concorda	44,9	48,2	-	63,7
b) Concorda em parte	2,6	5,0	-	17,7
c) Discorda	45,5	42,3	-	16,7
d) NS/NR	3,1	4,5	-	1,8
7) Não adianta mudar as leis, porque não são obedecidas				
a) Concorda	53,8	48,2	-	63,7
b) Concorda em parte	4,4	5,0	-	17,7
c) Discorda	35,7	42,3	-	16,7
d) NS/NR	6,1	4,5	-	1,8
8) O povo não sabe dizer como deveriam ser as leis				
a) Concorda	45,0	41,4	44,2	54,2
b) Concorda em parte	5,0	4,1	2,2	19,7
c) Discorda	42,8	45,1	49,9	21,8
d) NS/NR	7,2	9,7	3,7	3,6
9) No Brasil as coisas só vão melhorar com uma revolução ou com violência				
a) Concorda	26,7	20,6	14,3	17,6
b) Concorda em parte	6,5	7,2	2,1	10,2
c) Discorda	59,6	65,9	81,6	68,8
d) NS/NR	7,3	6,3	2,0	3,4

O próximo item que interessou examinar foi aquele que dizia respeito à percepção do sistema partidário. As respostas dos entrevistados em relação a esta pergunta não apresentaram grandes diferenças nas pesquisas realizadas em setembro e outubro de 1989 em nível nacional (respectivamente responderam que concordam que o país seria melhor com um único partido político 44,9% e 48,6%; que concordam em parte, 2,6% e 2,1%; e que não concordam, 45,5% e 44,5%). Já no *survey* realizado em Porto Alegre em 94, verificamos que a percentagem daqueles que responderam que não concordam com a afirmação manteve-se mais ou menos no mesmo patamar (46,6%), mas houve uma sensível diminuição daqueles que responderam concordar (37,9%) e um aumento daqueles que disseram concordar em parte (12,3%).

Em relação à avaliação dos entrevistados sobre os aspectos jurídicos que regulam as relações sociais, quando perguntados se concordavam com a afirmação de que “no Brasil não adianta mudar as leis, porque elas não são obedecidas”, em setembro de 1989, 53,8% dos entrevistados em pesquisa nacional disseram concordar, 4,4% disseram concordar em parte e 35,7% disseram discordar da afirmação. Comparando estes resultados com os da pesquisa realizada em março de 1990, verificamos uma tendência de aumento da discordância com a afirmação (35,7% e 42,3%) acompanhada de uma diminuição na concordância (de 53,8% passa a 48,2%). No *survey* realizado em Porto Alegre em 1994, por sua vez, verificamos que as respostas foram bem distintas em relação às duas pesquisas anteriores: há um aumento da porcentagem de entrevistados que concordam com a afirmação (63,7%) e dos que concordam em parte com ela (17,7%), mas uma grande diminuição dos que discordam (16,7%).

Padrão semelhante se observa na questão relacionada com a capacidade do povo de contribuir para construir um sistema “justo”. A percentagem de entrevistados que afirmaram concordar que o povo não deve dizer como deveriam ser as leis não variou significativamente nos três *surveys* realizados nacionalmente em setembro e outubro de 1989 e em março de 1990 (respectivamente 45,0%, 41,1%, e 44,2%). Nos mesmos levantamentos, há uma ligeira tendência de aumento dos que disseram discordar com a afirmação (42,8%, 45,1% e 49,9%). Diferença efetiva notamos na pesquisa realizada em Porto Alegre em 1994: aqui aumenta cerca de 10 pontos percentuais em relação às três anteriores os entrevistados que concordam com a afirmação (54,2%), diminui para cerca de metade os que discordam (21,8%) e o percentual dos que concordam em parte vai de respectivamente 5,0%, 4,1% e 2,2% para 19,7%.

Por fim, quando perguntados “se as coisas no país melhorariam apenas com uma revolução ou com violência”, nos três *surveys* nacionais há uma tendência de diminuição daqueles que concordam com a afirmação (26,7%, em setembro de 1989, 20,6%, em novembro de 1989, e 14,3%, em março de 1990) acompanhada de um aumento daqueles que discordaram com a afirmação (respectivamente 59,6%, 65,9% e 81,6%). Mais uma vez verificamos diferenças quando comparamos com as respostas dadas na pesquisa realizada em Porto Alegre em 1994. Não mais se verifica a tendência de queda de concordância com a afirmação, que tem um ligeiro aumento (17,6%), ao mesmo tempo em que a discordância volta a um patamar semelhante ao de novembro de 1989 (68,8%). A percentagem dos que manifestam concordar em parte também em relação às pesquisas anteriores, aumentando de 6,5%, 7,2% ou 2,1% para 10,2%. Esta última questão mostra claramente que se institucionalizou uma mentalidade anti-autoritária; porém, quando examinadas as questões anteriores, não se pode afirmar que se tenha institucionalizado uma mentalidade democrática.

Embora as limitações da comparação feita, alguns aspectos podem ser avaliados a partir das pesquisas realizadas em nível nacional e da realizada em Porto Alegre. De maneira geral, observa-se um crescente descrédito da população de Porto Alegre em conceitos ligados à democracia da sociedade em sentido lato. Os entrevistados em Porto Alegre tenderam a responder em níveis superiores aos dos *surveys* nacionais que a população não deve participar da elaboração de leis; que concordam que não adianta mudá-las, pois não são obedecidas; e que pouco podem influenciar a política. Da mesma forma, manifestaram uma menor confiança nos partidos e nos próprios políticos em relação às pesquisas anteriores. Por outro lado, as instituições Governo e Congresso parecem gozar de relativa confiança na população de Porto Alegre, a considerar que as respostas de não confiança nestas instituições tenderam a ser menores percentualmente que as das pesquisas anteriores.

À guisa de conclusão

Os impasses e dilemas que o Brasil enfrenta, atualmente, na busca da consolidação da democracia parecem ser mais difíceis que em outros países da América Latina. Em pesquisa comparativa realizada em 1988, os dados mostravam que o sentimento democrático era mais profundo no Chile, Argentina e Uruguai do que no Brasil. Segundo Lamounier e Marques (1992, p. 151), *os brasileiros parecem ser menos democratas e têm uma visão mais desanimada e fatalista da política que os entrevistados dos outros três países*. Essa comparação, entretanto, não significa uma rejeição à democracia. Pelo contrário, poderia se afirmar que nos últimos anos o Brasil tem experimentado uma **tomada de consciência da democracia**. A aparente

nostalgia autoritária é muito mais o reflexo da frustração com as expectativas que foram criadas pelos governos popularmente eleitos. Aliada a essa frustração está o crescente descrédito da maioria dos políticos, fruto de seu comportamento pouco ético e comprometedor da imagem das instituições políticas. Simultaneamente existe o desejo explícito de que as mudanças nos diferentes campos se dê em um contexto de ordem e não de violência.

Esse panorama político é pouco propício para a consolidação de cidadãos politicamente sofisticados. Tentar encontrar mecanismos que levem à superação de fatores histórico-estruturais que têm moldado os padrões de comportamento político, e gerar subsídios para efetiva consolidação da democracia é um dos desafios que se colocam para os cientistas sociais. Nessa área lida-se com um dos problemas mais complexos da natureza, qual seja, como compreender e explicar o comportamento humano.

No Rio Grande do Sul, a continuidade de pesquisas de levantamento de opinião pública realizadas desde 1968, tem possibilitado o acompanhamento das flutuações do comportamento político dos gaúchos. Os subsídios gerados por esses levantamentos têm sido valiosos na compreensão de como e principalmente por que os gaúchos mostram determinados padrões de comportamento político-eleitoral.

Embora não exista consenso sobre o tipo de cultura política no estado, algumas dimensões do comportamento dos cidadãos são claras. Em primeiro lugar, os dados mostram que existe uma nítida diferença de comportamento político entre capital e interior, sugerindo que os grandes centros urbanos são muito mais susceptíveis à influência da cidade, como variável de transformação de padrões tradicionais de comportamento. Os cidadãos da “cidade”, entretanto, continuam a evidenciar um comportamento político que mistura, ora ativismos exacerbados, ora apatia permanente, reflexo da ambigüidade das ações dos governos nos diferentes níveis.

Por outro lado, os meios de comunicação têm influenciado decisivamente nos novos padrões de comportamento social, particularmente das camadas mais jovens. Entretanto, o problema reside no fato de que não existe uma identificação política regional ou nacional consolidada, ao contrário da identidade cultural (gaúcho). Isso significa dizer que é natural que os cidadãos, de maneira geral mostrem preferência por ações individuais, com um desencanto com a “atual democracia” no país. Há uma virtual unanimidade em apontar os políticos como sendo os responsáveis pela situação do país, bem como as instituições políticas.

Nesse contexto, as possibilidades do surgimento de uma cultura política democrática, que exige cidadãos razoavelmente informados, são remotas. Do ponto de vista da ciência política e particularmente da perspectiva da abordagem da cultura política, os dados coletados nos últimos anos não são alentadores no que se

refere à consolidação democrática. As expectativas fraudadas do Estado em relação à sociedade, horizontaliza sentimentos de alienação, apatia e distanciamento da arena política.

Em síntese, neste trabalho procurou-se fazer algumas reflexões sobre os impasses na consolidação de uma cultura política tomando como base o Rio Grande do Sul, mas que acredita-se poderia ser ampliado para o resto do país. O impasse mais crucial do ponto de vista da dimensão política, refere-se ao não surgimento de crenças e valores que sustentem solidamente uma ordem e uma institucionalidade democrática. Isso não significa dizer que existam predisposições de apoio a rupturas institucionais, mas reflete principalmente as dúvidas e incertezas que são normais de um processo de consolidação democrática.

ANEXO I

Questões utilizadas na determinação dos estratos dos eleitores no Rio Grande do Sul.

1. Principalmente em época de eleição, as pessoas costumam dizer que têm opiniões de direita, ou de esquerda ou de centro, o que o Sr.(a) entende por esquerda e direita em política?
2. Hoje em dia fala-se muito no Brasil sobre a abertura política. Na sua opinião o que é abertura política?
3. Este ano há uma lei que obriga a votar somente em candidatos de um mesmo partido. Em sua opinião essa lei foi uma boa medida, ou não? Poderia explicar sua opinião?
4. Na sua opinião, o que o governo deveria fazer para melhorar a vida de pessoas como o Sr.(a)?
5. Na eleição de 1974 havia propaganda política ao vivo pelo rádio e pela televisão. Nesta eleição de 1982 (1986, 1988) tem uma lei que proíbe os candidatos de falarem pela rádio e de aparecerem ao vivo na televisão. O Sr.(a) acha que esta proibição foi uma boa medida? Por quê? Poderia explicar sua opinião?
6. Se o voto não fosse obrigatório, o Sr.(a) votaria assim mesmo ou não votaria? Por quê?
7. Por que pretende votar nele (candidato a governador)?
8. Na hora de escolher seu candidato o que é mais importante: a pessoa do candidato ou o partido a que ele pertence? (para todos os anos)
9. O Sr.(a) acha que os debates entre os candidatos o ajudam a escolher o melhor candidato?
10. Uns dizem que o importante é o governo ser eleito, mesmo que não seja muito capaz ou não faça muita coisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAQUERO, M. *Abertura política e comportamento eleitoral no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre, Editora da Universidade, 1984.

_____. *O multipartidarismo e o realinhamento eleitoral no Rio Grande do Sul nas eleições de 1982*. Textos para discussão. Programa de mestrado em Ciência Política, UFRGS, julho 1988.

_____. A cultura do salve-se quem puder. *Revista Amanhó*. Porto Alegre, n. 46, dez 1992.

BAQUERO, M.; FILHO, S. A. Paradigma de Converse: sistemas de crenças e o processo eleitoral de 1982 em Porto Alegre/RS. *Revista do IFCH/UFRGS*, v. 13, 1985.

BUARQUE, C. *O colapso da modernidade brasileira e uma proposta alternativa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.

CORTES, C. E. *Gaúcho politics in Brazil: the politics of Rio Grande do Sul, 1930-1964*. Albuquerque: University of New México, 1974.

CONVERSE, P. E. The nature of belief systems in mass publics. In: APTER, D. E. (org.). *Ideology and discontent*. New York: The Free Press, 1964.

DE CEW, J. M. *Political experience and electoral behavior in Brazil: Rio Grande do Sul, 1950-1974*. PhD Thesis, University of Connecticut, 1977.

DUBNIC, R.; CAVALCANTI, T. (ed.). *Comportamento eleitoral no Brasil*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1964.

FALETTO, E. Cultura política e consciência democrática. *Revista de la CEPAL*, n. 35, agosto 1988.

FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

FREIRE, P. *Ação cultural para a liberdade e outros escritos*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

FERRAZ, F. As eleições de 1974 e o futuro do bipartidarismo no Rio Grande do Sul. *Revista Brasileira de Estudos Políticos*, n. 43, junho 1976.

HOBBS, T. *Leviathan*. Indiana: Bobbs Merrill, 1958.

LAMOUNIER, B.; MARQUES, A. H. A democracia brasileira no final da “década perdida”. In: LAMOUNIER, B. (org.). *Ouvindo o Brasil: uma análise da opinião pública brasileira hoje*. São Paulo: Editora Sumaré, 1982.

LANDI, O. La cultura política de la postransición. *Contribuciones*. Chile, Flacso, n. 71, abril 1991.

LAYTANO, D. *História da república Rio-grandense, 1835-1845*. Porto Alegre: Editora Globo, 1936.

LIJPHART, A. *As democracias contemporâneas: trajetos*. Lisboa: Gradiva, 1989.

LIMA, A. *História popular do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1935.

LOVE, J. L. *Rio Grande do Sul and brazilian regionalismo, 1882-1930*. Califórnia: Stanford University Press, 1971.

MENDES, A. M. T.; VENTURI, G. *Eleição presidencial: o cenário eleitoral nas razões do voto*. (ver neste número de Opinião Pública).

MOISÉS, J. Á. *Os brasileiros e a democracia: bases sócio-políticas da legitimidade democrática*. Tese de Livre Docência, USP, 1994.

OLIVEN, R. A dupla desterritorialização da cultura gaúcha. Fronteiras da cultura. In: FONSECA, C. *Horizontes e territórios da antropologia na América Latina*. Porto Alegre: Editora da Universidade, 1993.

O'DONNELL, G. Democracia delegativa. *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, n. 31, outubro 1991.

PRZEWORSKI, A. Ama a incerteza e serás democrático. *Novos Estudos Cebrap*, n. 9, julho 1984.

TRINDADE, H. H. C. Nota de pesquisa: Padrões de comportamento eleitoral no Rio Grande do Sul (1950-1962). *Revista do IFCH/UFRGS*, n. 1, 1973.

VARELA, A. *História da grande revolução. O ciclo Farroupilha no Brasil*. 6 vols. Porto Alegre: Editora Globo, 1933.

VERBA, S. Comparative political culture. In: PYE, W. L.; VERBA, S. (ed.). *Political culture and political development*. Princeton: Princeton University Press, 1969.

XAUSA, L.; FERRAZ, F. As eleições de 1966 no Rio Grande do Sul. *Revista Brasileira de Estudos Políticos*, n. 23-24, julho 1967.

TENDÊNCIAS

Ano 2, nº2

ENCARTE
DA
REVISTA
DO
CESOP



O Encarte *Tendências - Eleições presidenciais* - apresenta dois valiosos conjuntos de dados sobre tendências de opinião e comportamento político. No primeiro conjunto, *Tendências* resgata para o leitor dados das pesquisas de opinião realizadas pelo IBOPE para o período entre 1949 e 1968. Para esse período, infelizmente, não há registro eletrônico dos dados, e contamos apenas com relatórios datilográficos que compõem o acervo histórico do IBOPE preservado pela UNICAMP.

As limitações impostas ao tratamento dos dados são definidas ainda pela metodologia, aperfeiçoada ao longo do período. Assim, a partir de 1948, as amostras utilizadas nas pesquisas definiam quotas por sexo três faixas sócio-econômicas, a saber, classe A, ou rica; classe B, ou média, e classe C, ou pobre. A partir de 1955, a classe B foi subdividida em três estratos (B1-média superior, B2-média intermediária e B3-média inferior). Já na década de 1960, as faixas sócio-econômicas foram definidas como A (rica); B (média); C (pobre); D (pobre inferior). Para o período não se dispõe de registros por faixas etárias dos entrevistados.

O resgate das tendências eleitorais para as eleições presidenciais de 1955 e 1960 no Rio de Janeiro, Guanabara e São Paulo permitem avaliar o papel das lideranças políticas na composição do cenário político nacional, e ainda, dimensionar a visibilidade dos principais partidos do período no sentido do fortalecimento de suas identidades no eleitorado. A análise pioneira destes dados realizada por Antonio Lavareda, em *A democracia nas urnas*¹ conclui pela identificação de tendências no sentido da estabilização daquele sistema partidário.

No campo dos valores e atitudes, os dados desse período permitem avaliar para as décadas de 1950 e de 1960 as tendências de opinião sobre a política em geral, o papel dos partidos, da extensão da democracia e de seu funcionamento, inclusive já sob o regime militar de 1964.

O quadro das tendências desse período permite uma valiosa comparação com as recentes tendências de opinião na Nova República, agrupadas aqui para o período das eleições presidenciais de 1989 e 1994.

¹ *A democracia nas urnas. O processo partidário eleitoral brasileiro*. Rio Fundo Ed./ IUPERJ, 1991.

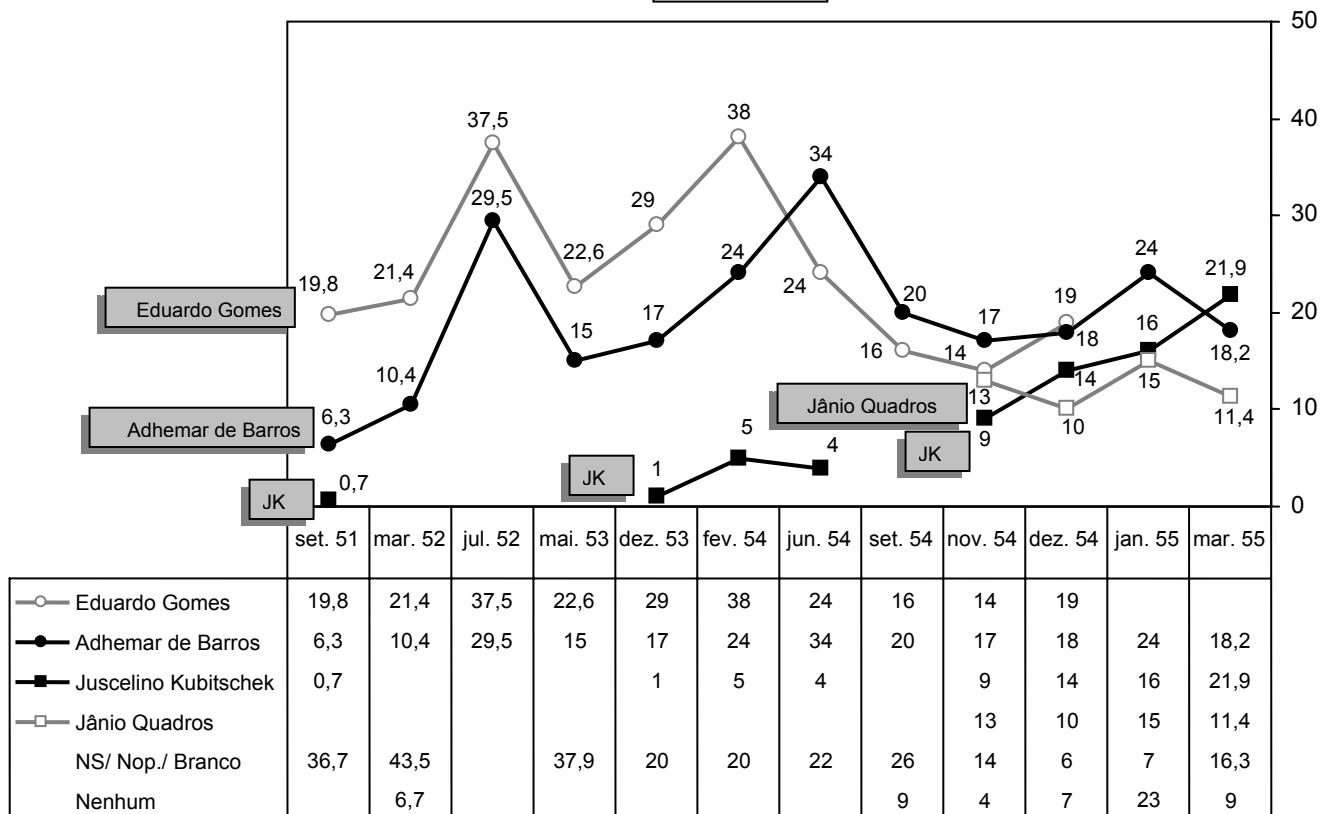
Na segunda parte deste Encarte, estão organizadas detalhadamente as evoluções das intenções de voto par presidente da República para as duas eleições do período. O ponto singular aqui é observar a transformação das tendências no curto período de 5 anos, que passam de um cenário de ampla fragmentação em 1989 para um quadro praticamente bipolar em 1994, expresso nas intenções de voto dirigidas aos candidatos Fernando Henrique Cardoso e Luis Inácio Lula da Silva.

Estão também organizados dados sobre participação política, no que respeita ao envolvimento e interesse pelas eleições e pela campanha eleitoral. A importância crescente do papel dos meios de comunicação na dinâmica das eleições está expressa aqui nos dados de consumo da mídia sobre política e no conjunto de dados comparativos entre as intenções de voto e as avaliações dos programas gratuitos e debates entre candidatos.

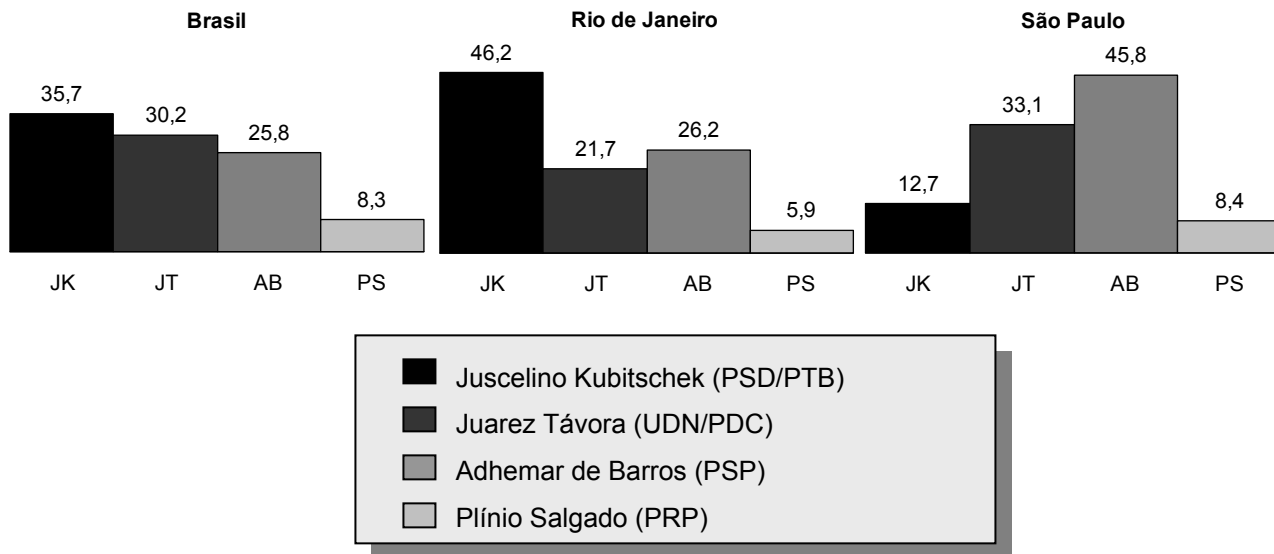
No quadro geral de tendências de opinião para 1994 figura ainda a avaliação do Plano Real, onde é possível observar seu papel como vetor das preferências eleitorais na campanha presidencial.

Eleições presidenciais de 1955

Rio de Janeiro

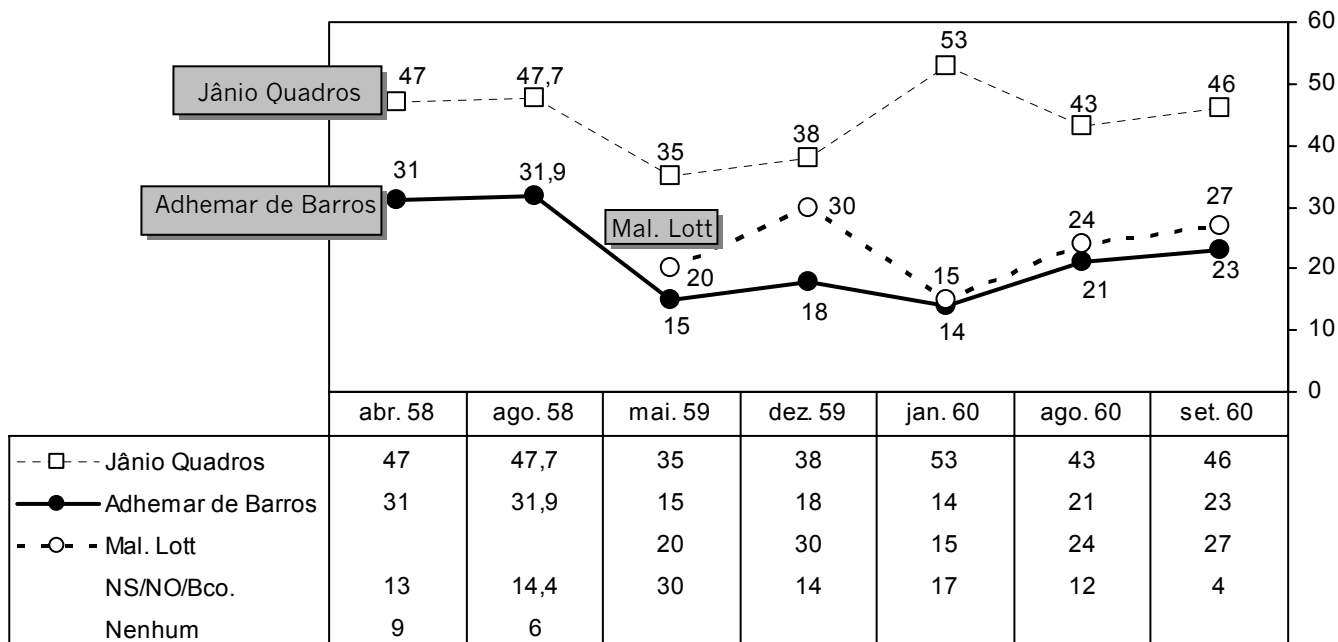


Votações obtidas pelos candidatos à presidência da República

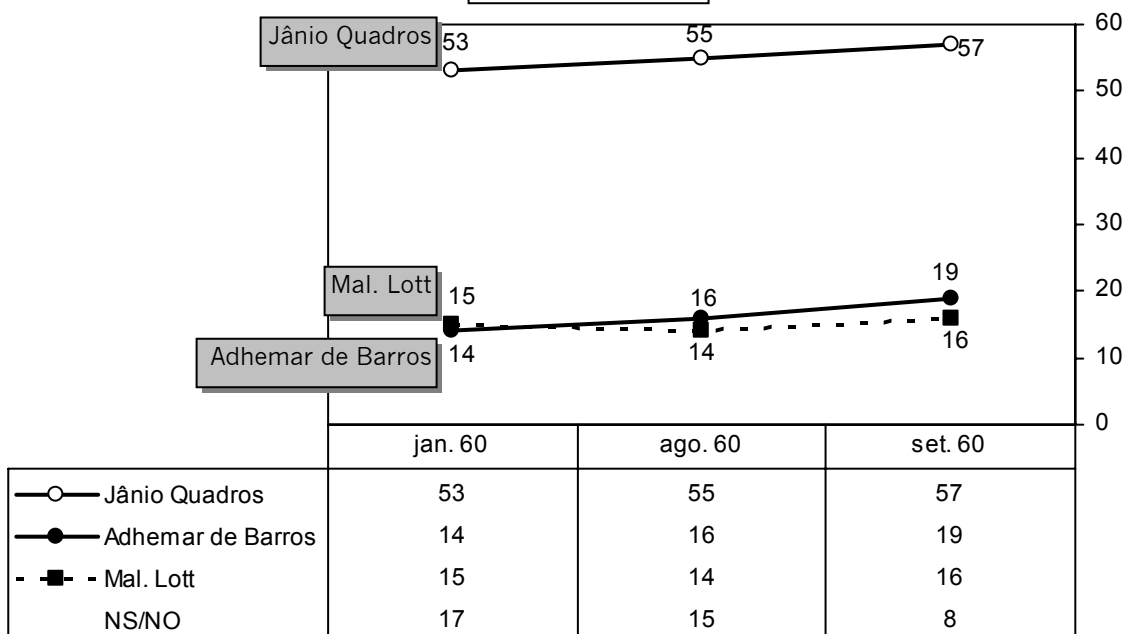


Eleições presidenciais de 1960

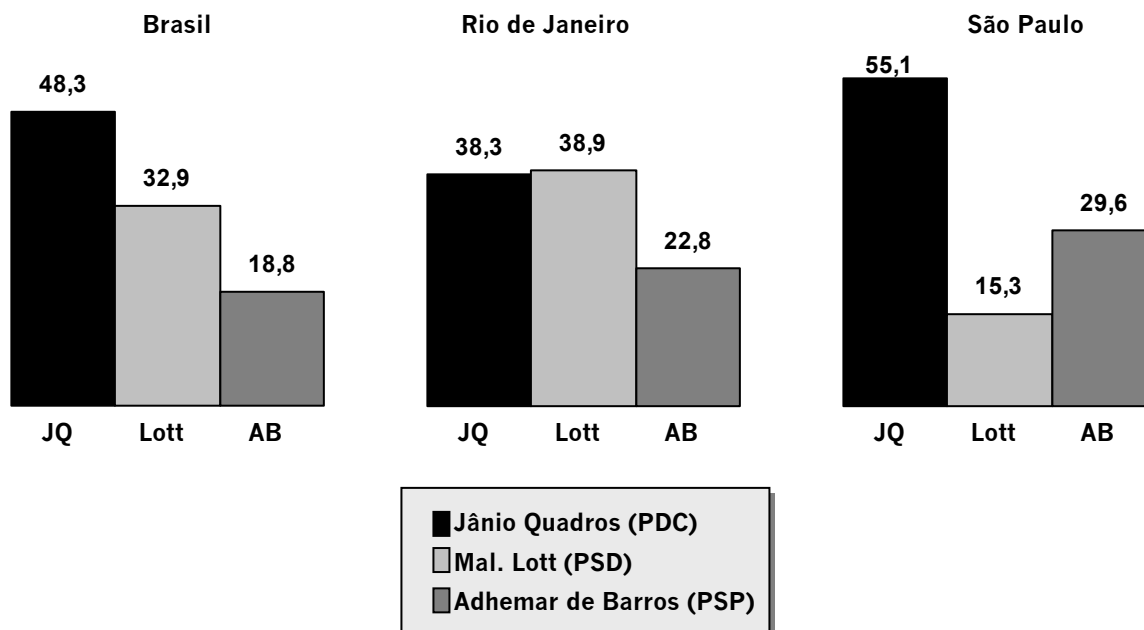
Rio de Janeiro



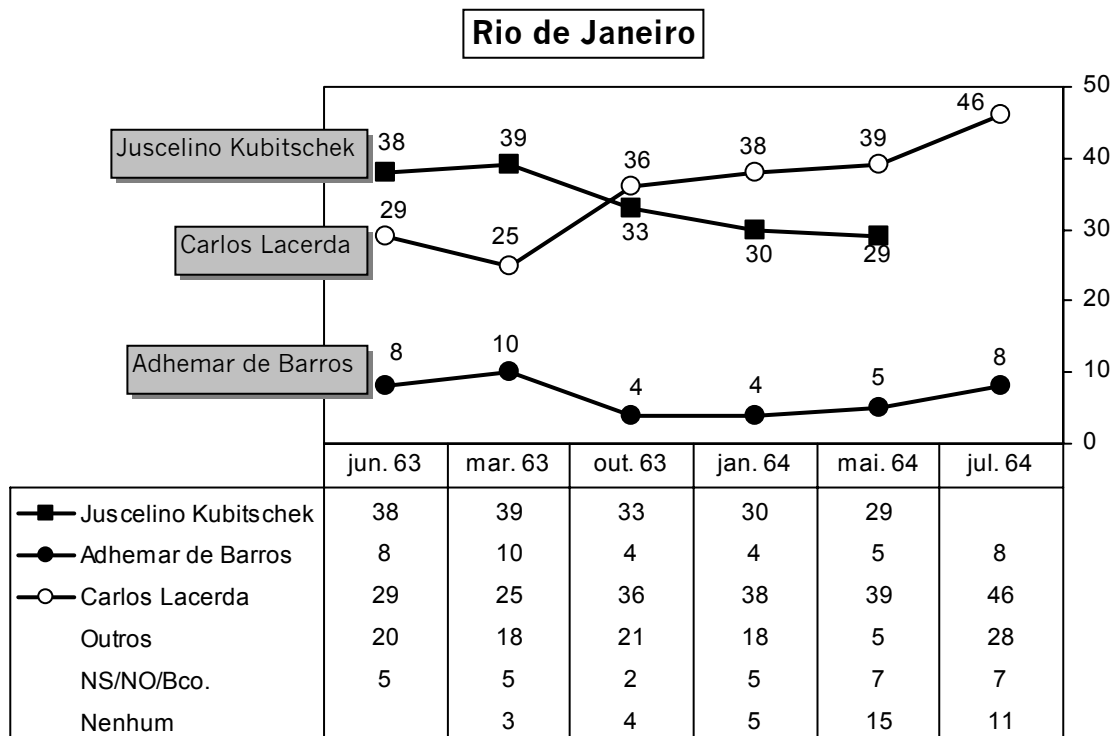
São Paulo



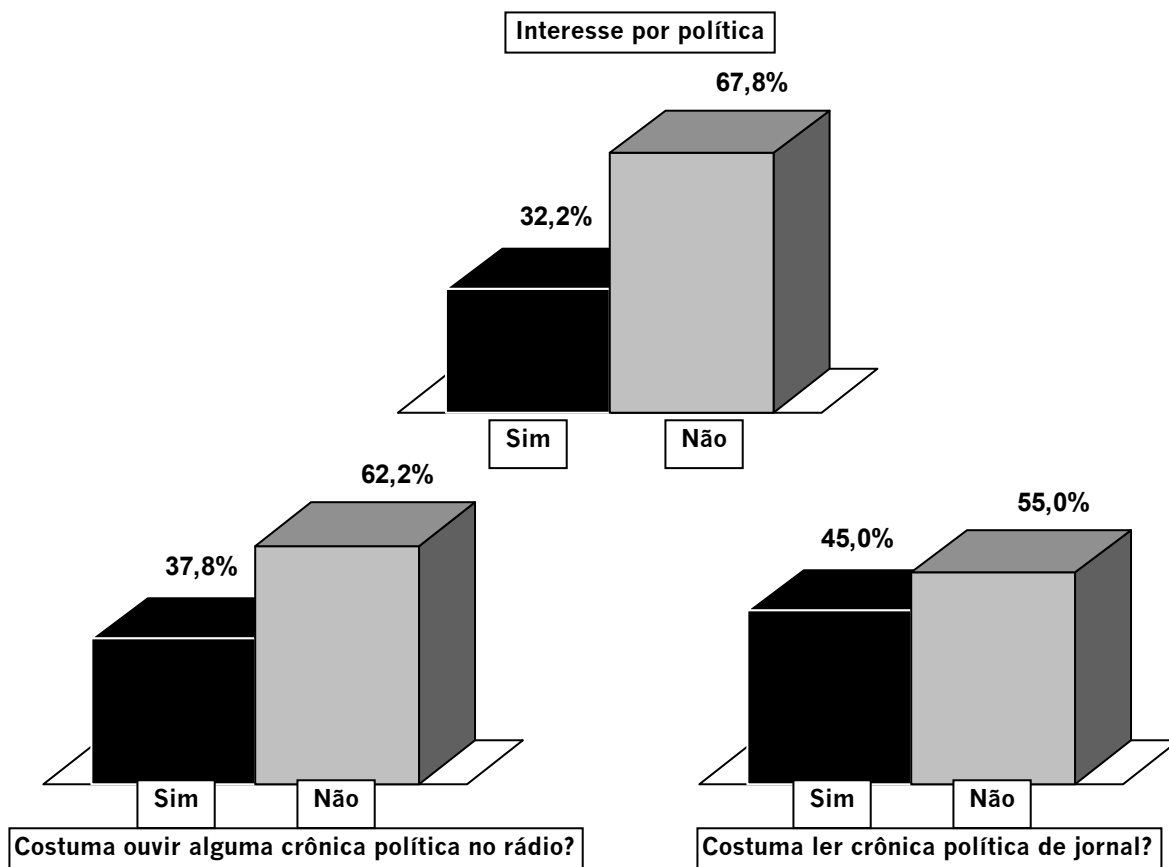
Votações obtidas pelos candidatos à presidência da República



Tendências Eleitorais 1963-1964



Socialização Política 1949



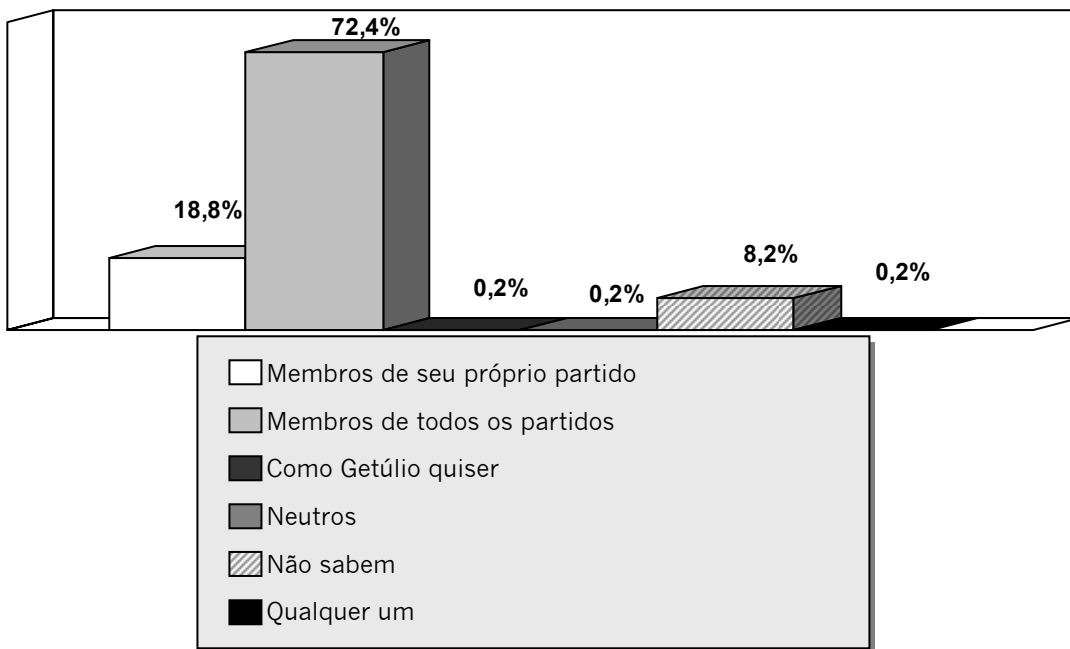
Fonte: Relatório IBOPE, março 1949, Rio de Janeiro

Pergunta: O sr. tem interesse por política? O sr. costuma ouvir alguma crônica política no rádio? O sr. costuma ler crônica política de jornal?

Presidencialismo de Coalizão

Opinião sobre como Getúlio Vargas deveria compor o ministério de seu governo

1950



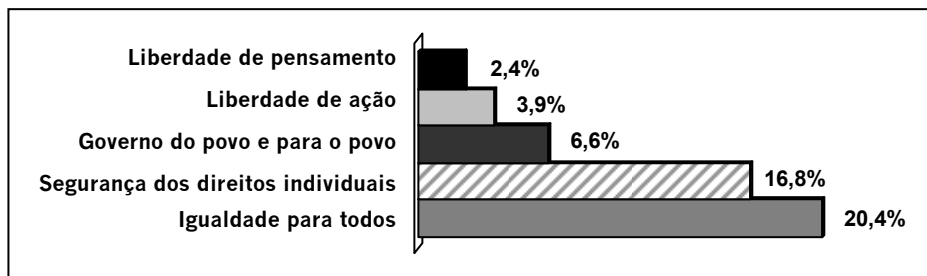
Fonte: Relatório IBOPE, dezembro 1950, Rio de Janeiro

Pergunta: Em sua opinião, Getúlio deveria escolher seus ministros entre pessoas de seu partido ou deve chamar pessoas de todos os partidos?

Democracia no Brasil

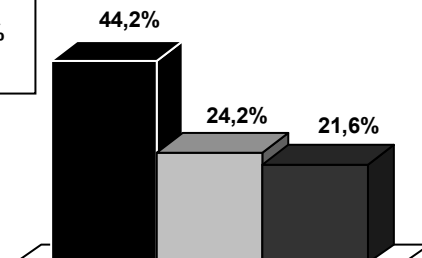
1953

Democracia é:



Fonte: Relatório IBOPE, janeiro 1953, Rio de Janeiro

Pergunta: Que é que o sr. entende por democracia?



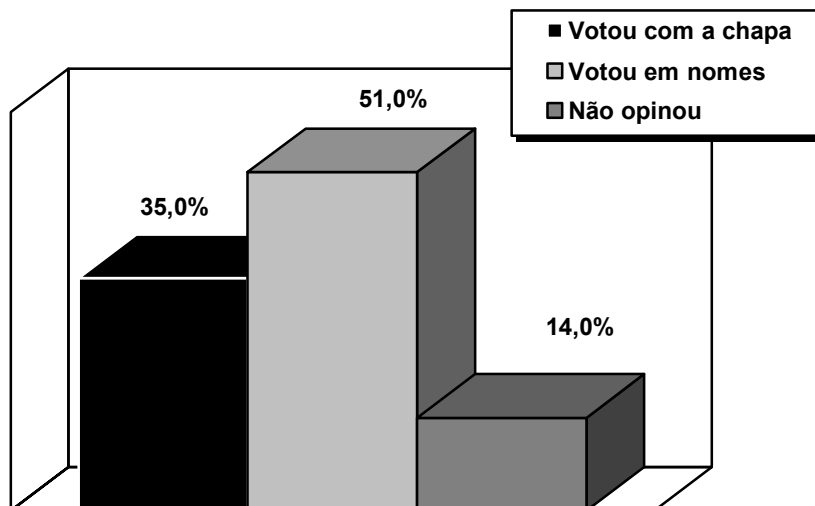
Fonte: Relatório IBOPE, novembro 1953, Rio de Janeiro

Pergunta: O sr. acha que existe democracia no Brasil?

■ Existe democracia no Brasil
 □ Não existe democracia no Brasil
 ■ Não opinou

Os critérios para decisão do voto Candidato x Partido

1954

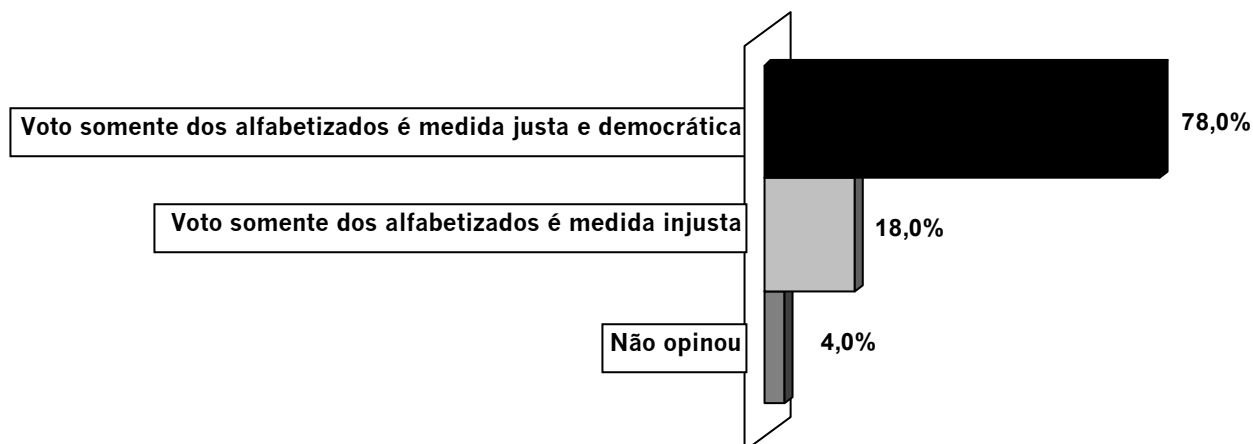


Fonte: Relatório IBOPE, dezembro 1954, Rio de Janeiro

Pergunta: Nas últimas eleições para senadores, deputados e vereadores, o sr.(a) votou com a chapa de um só partido ou preferiu votar em nomes de sua simpatia, sem cogitar da legenda?

Voto do Analfabeto

1954

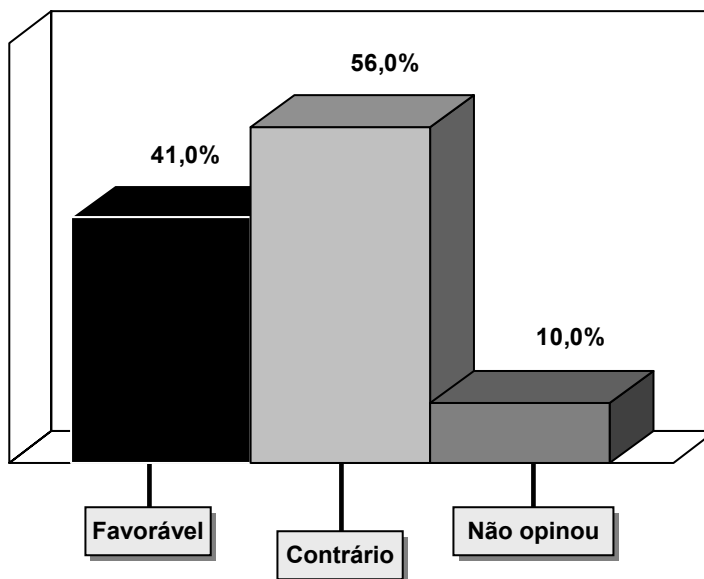


Fonte: Relatório IBOPE, maio 1954, Rio de Janeiro

Pergunta: Como o sr. não ignora, somente os alfabetizados maiores de 18 anos votam em nosso país. O sr. acha que esta é uma medida justa e democrática ou pelo contrário, considera que a mesma é injusta?

Participação dos militares na vida política

1955

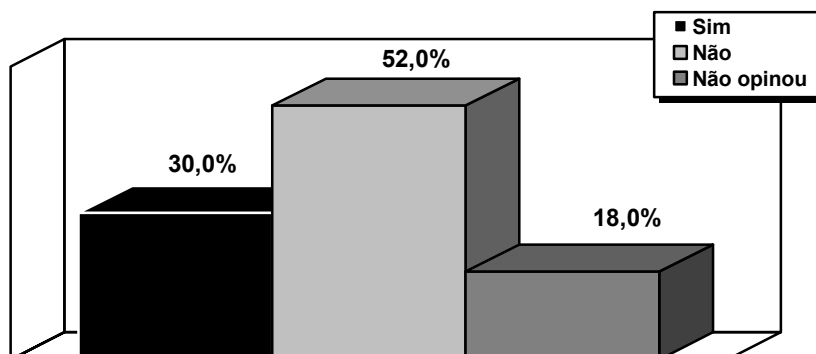


Fonte: Relatório IBOPE, fevereiro 1955, Rio de Janeiro

Pergunta: O sr. é favorável ou contrário à participação dos militares na vida política do país?

Direito de voto dos comunistas

1955

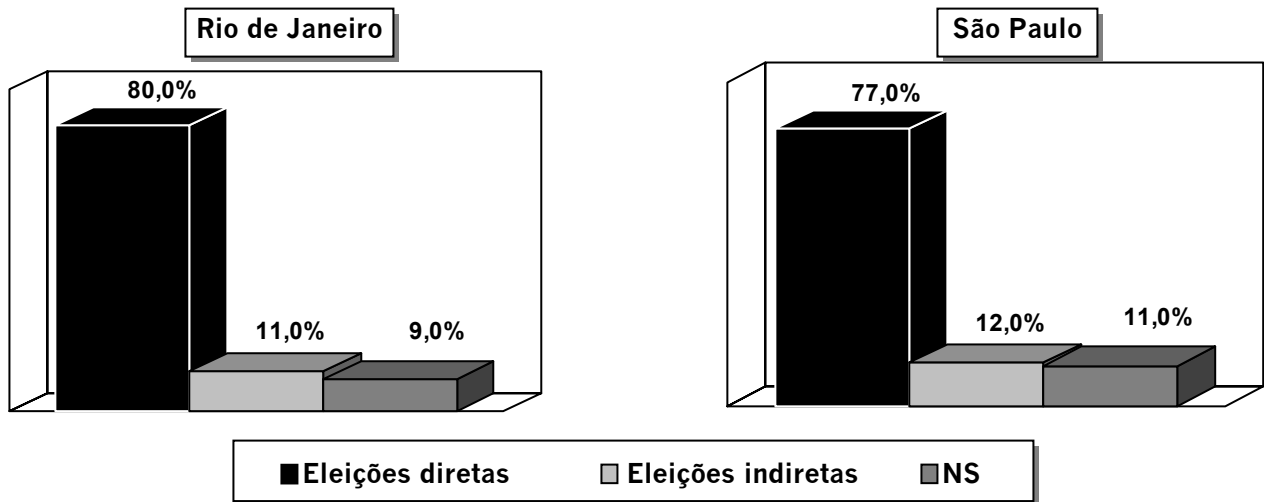


Fonte: Relatório IBOPE, dezembro 1955, Rio de Janeiro

Pergunta: Em sua opinião os comunistas brasileiros devem ter direito ao voto?

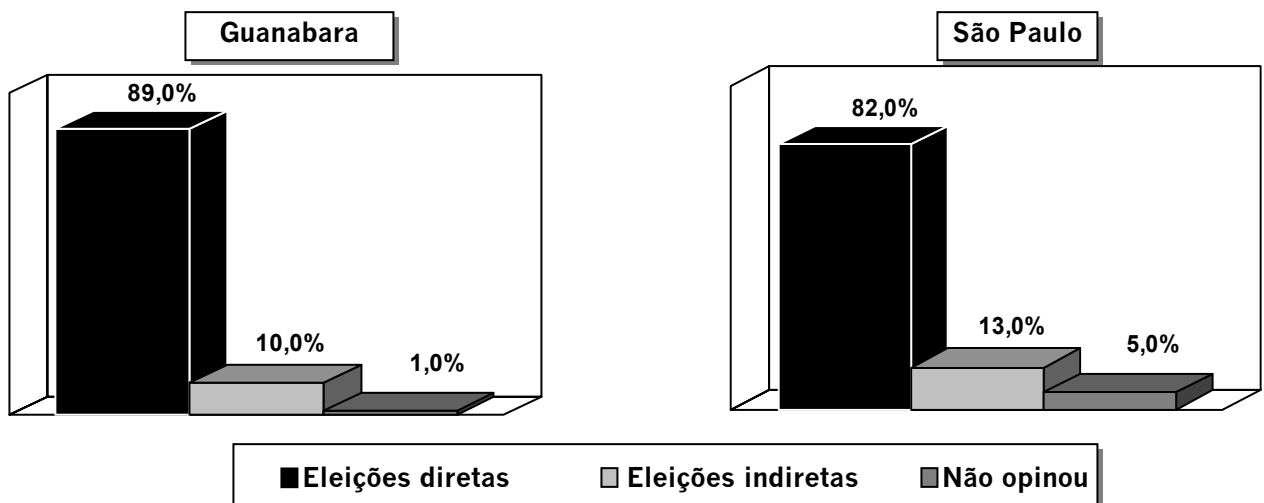
Eleições diretas para presidente

1964



Fonte: Relatório IBOPE, maio 1964, Guanabara e São Paulo
 Pergunta: Em sua opinião qual a melhor forma para eleger-se o presidente da República?

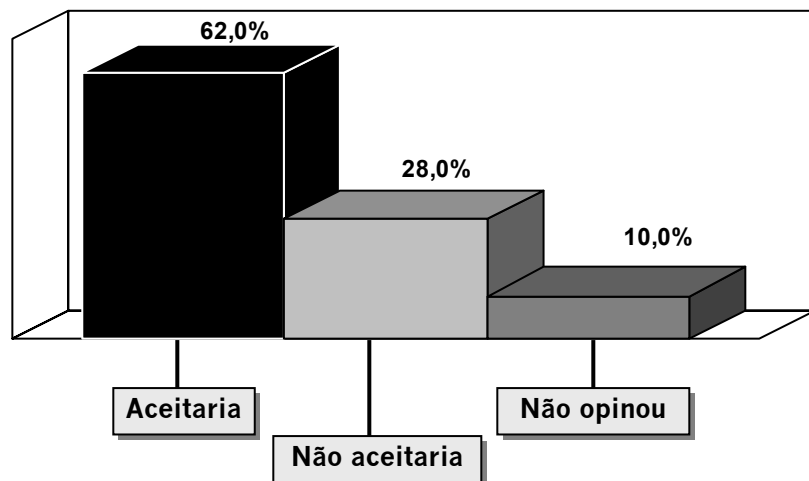
1968



Fonte: Relatório IBOPE, março 1968, Guanabara e São Paulo
 Pergunta: Como deveriam ser as eleições para presidente da República?

Militares na presidência da República

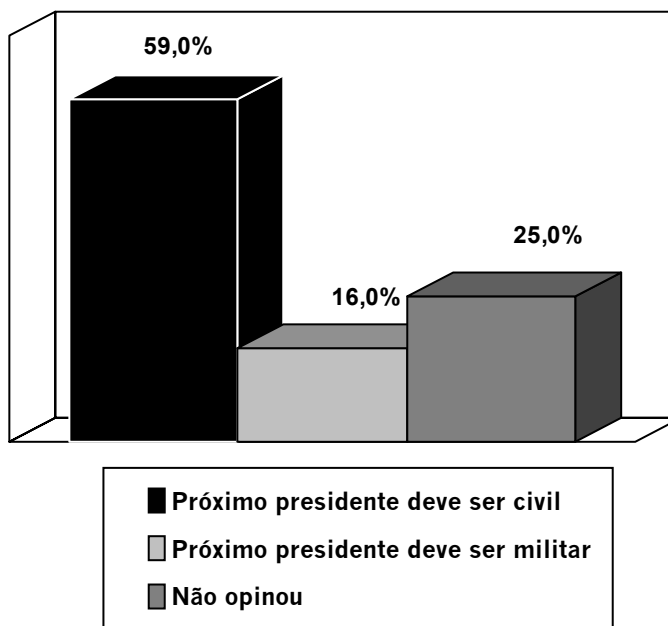
1964



Fonte: Relatório IBOPE, junho 1964, Guanabara

Pergunta: Se Castelo Branco fizer um bom governo o sr.(a) aceitaria que ele continuasse governando depois de 1965, mesmo sem eleições?

1964

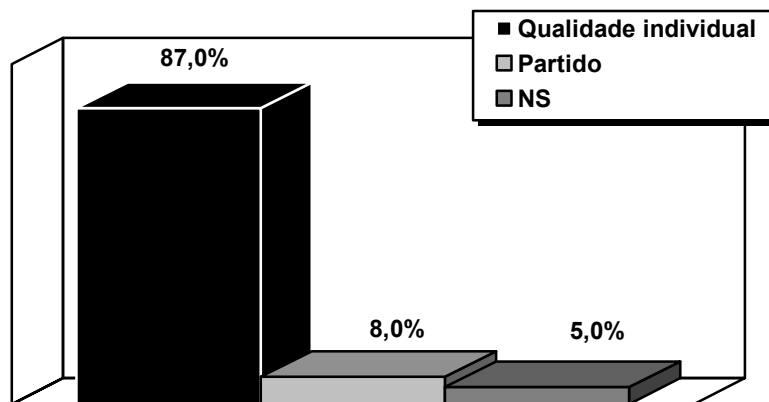


Fonte: Relatório IBOPE, junho 1964, Rio de Janeiro

Pergunta: Próximo presidente deve ser civil ou militar?

Critérios para a decisão do voto Candidato x Partido

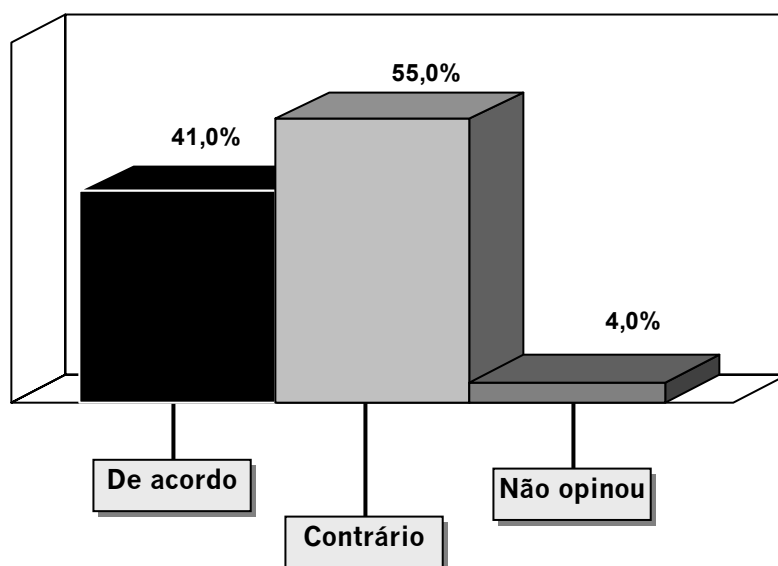
1964



Fonte: Relatório IBOPE, fevereiro 1964, Guanabara
Pergunta: O sr.(a) votaria nesse candidato por suas qualidades individuais ou pelo partido ao qual está ligado o candidato?

Voto do analfabeto

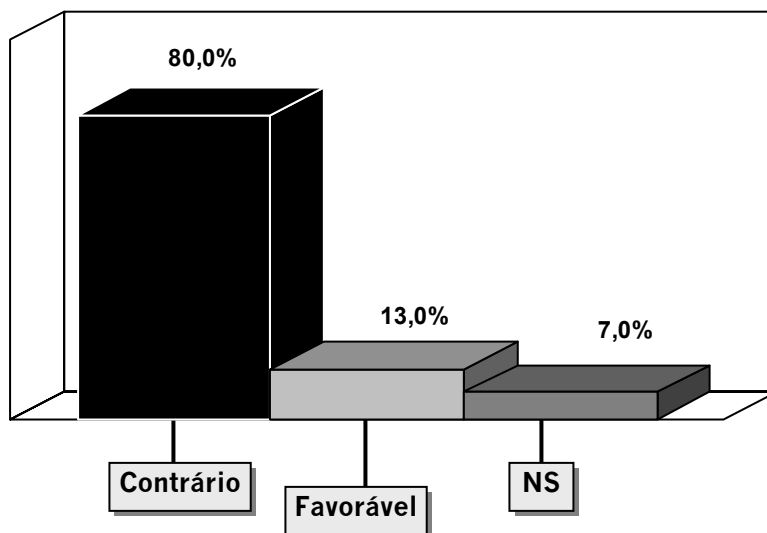
1964



Fonte: Relatório IBOPE, junho 1964, Guanabara
Pergunta: O sr.(a) está de acordo com as modificações da lei eleitoral proposta pelo atual governo, a saber: Voto do analfabeto?

Legalização do Partido Comunista

1964

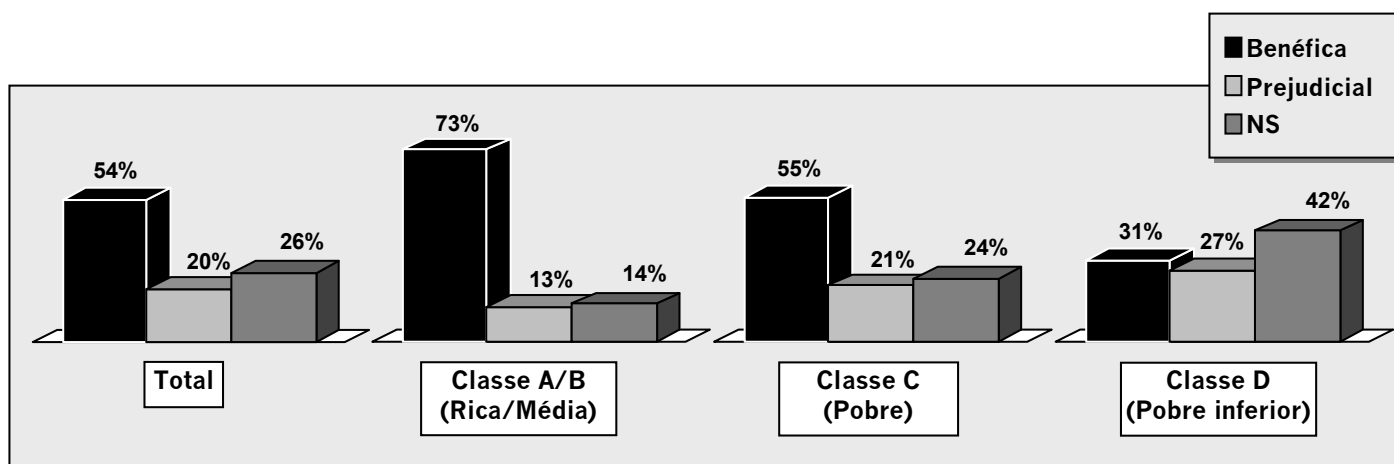


Fonte: Relatório IBOPE, março 1964, São Paulo

Pergunta: Em princípio, o sr. é favorável ou contrário à legalização do Partido Comunista Brasileiro?

Sobre a deposição de João Goulart *Opinião por classe social*

1964

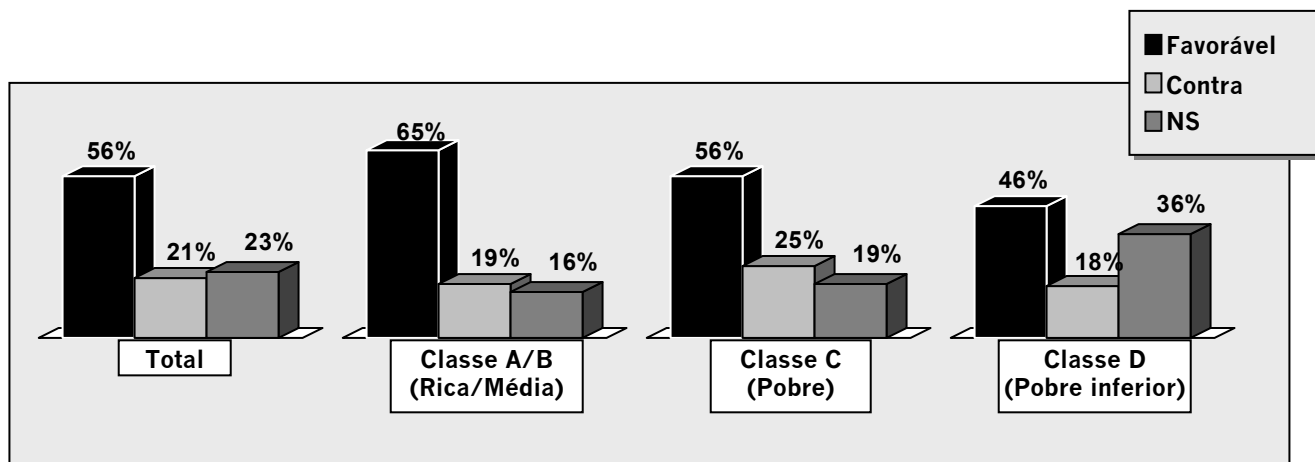


Fonte: Relatório IBOPE, maio 1964, São Paulo

Pergunta: Na sua opinião, a deposição de presidente João Goulart constituiu uma medida benéfica ou prejudicial para o país?

Sobre a suspensão de direitos políticos Opinião por classe social

1964

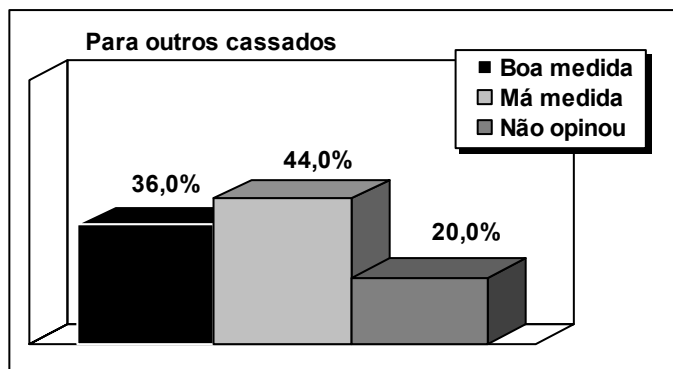
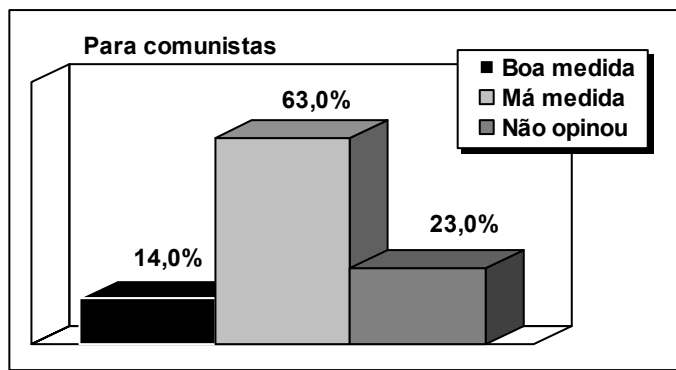


Fonte: Relatório IBOPE, maio 1964, Guanabara

Pergunta: Que acha da cassação de mandatos e suspensão de direitos políticos de uma maneira geral?

Sobre a Anistia Política

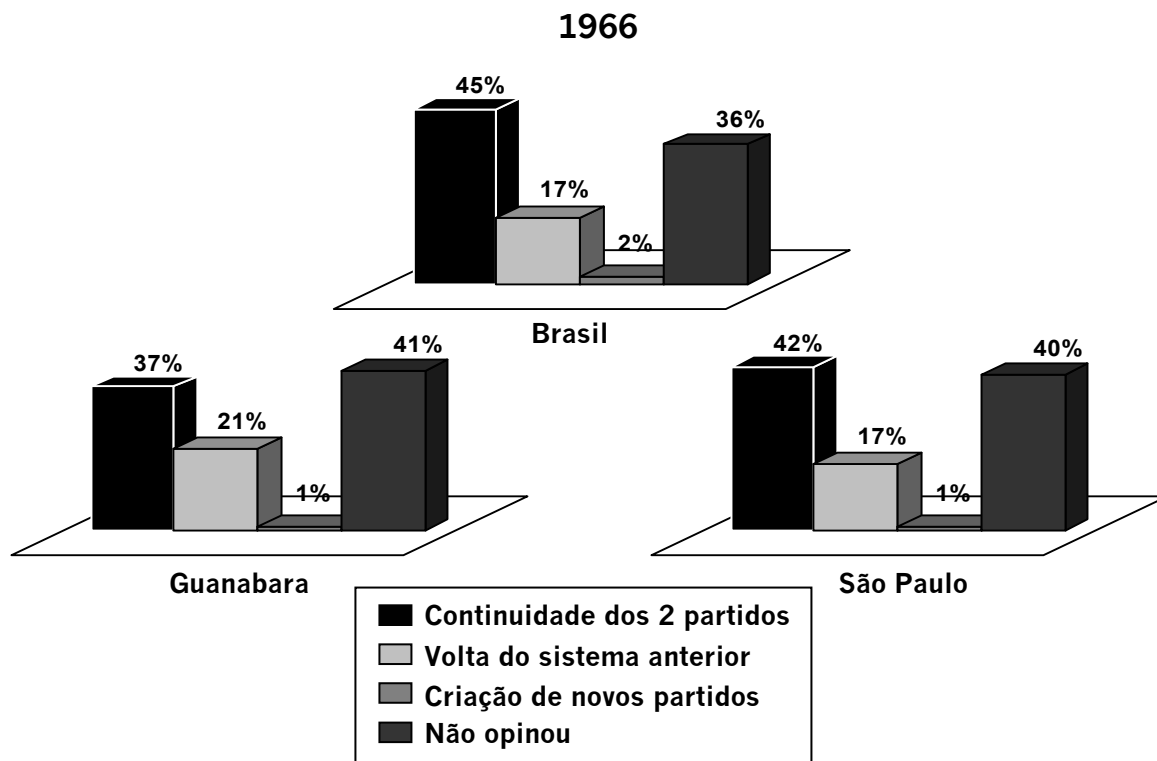
1964



Fonte: Relatório IBOPE, junho 1964, Guanabara

Pergunta: O sr.(a) consideraria uma boa ou má medida o governo atual decretar uma anistia antes das eleições de 1965: para comunistas?; e para outros cassados?

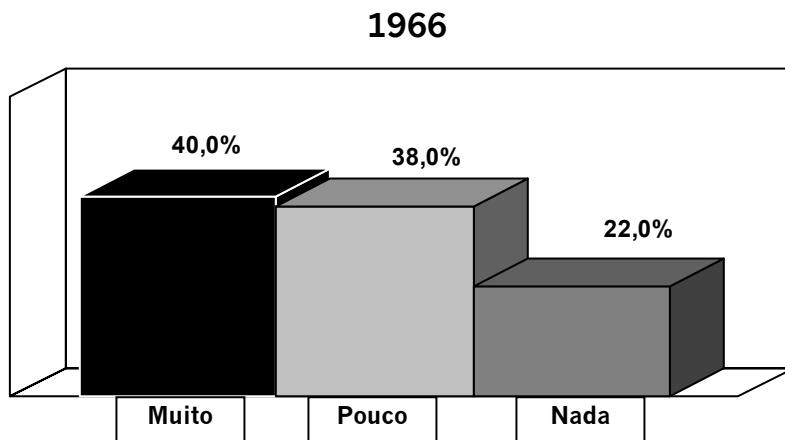
Opinião sobre o tamanho do quadro partidário



Fonte: Relatório IBOPE, outubro 1966, Rio de Janeiro

Pergunta: Antigamente existiam 15 partidos políticos, atualmente existem apenas 2: Arena e MDB. Como o (a) sr.(a) acha que deveria ser organizada a vida partidária?

Interesse nas eleições

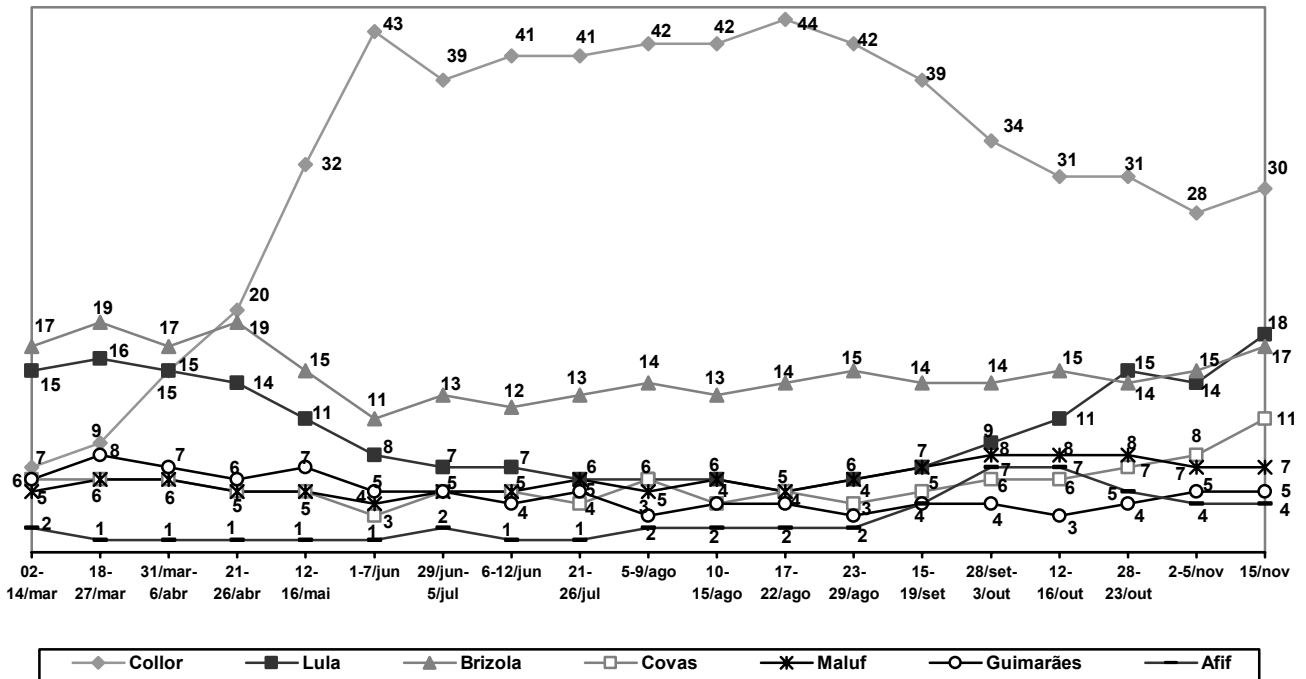


Fonte: Relatório IBOPE, outubro 1966, São Paulo

Pergunta: Em princípio o sr.(a) está muito, pouco ou nada interessado nas próximas eleições?

A eleição presidencial em 1989

1º Turno Evolução das intenções de voto



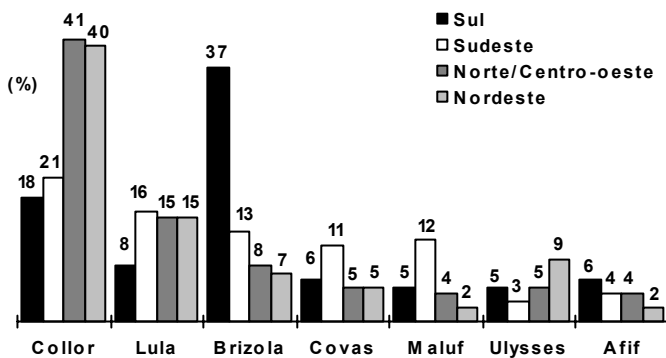
Fonte: IBOPE

Pergunta: Se o primeiro turno da eleição presidencial fosse hoje, e os candidatos fossem estes, em quem o sr.(a) votaria? (Estimulada - com apresentação de modelo de cédula)

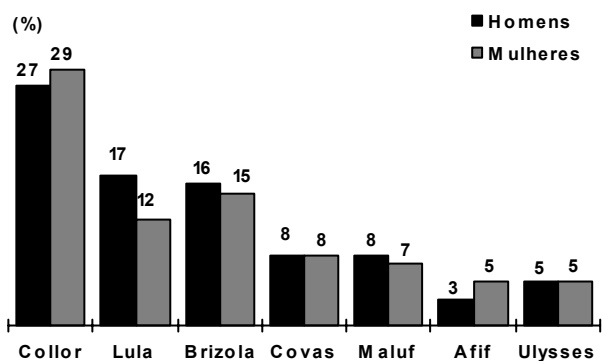
Obs.: As diferenças para 100% correspondem às respostas "outros candidatos"; "voto branco"; "voto nulo"; "não sabe" e "não resposta"

Intenções de voto - 1º turno

Nas Regiões

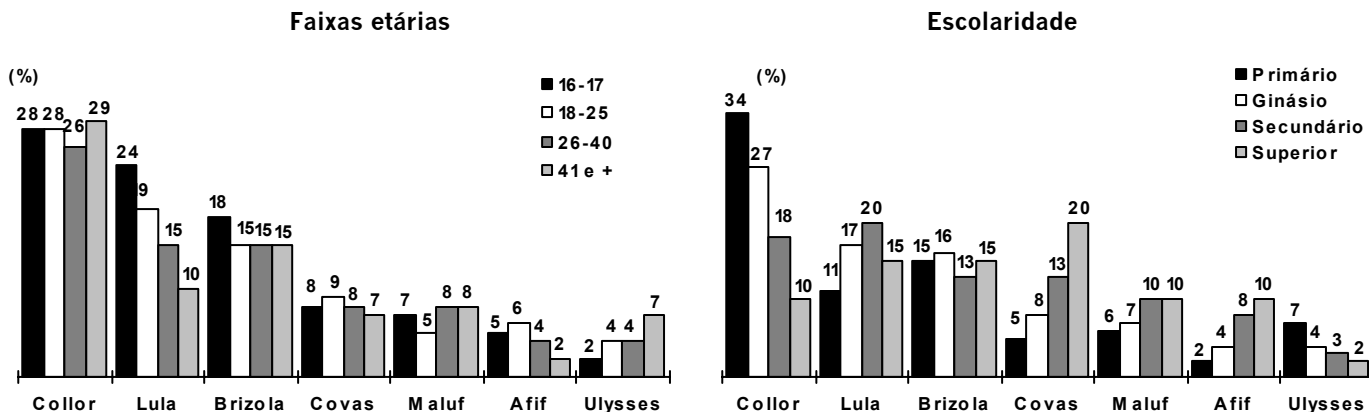


Homens / Mulheres

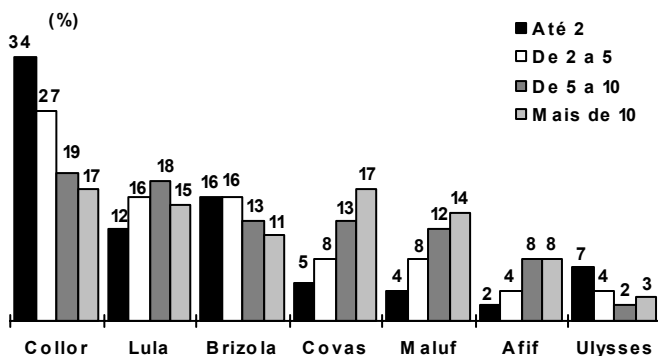


Fonte: IBOPE, 02-05/11/1989

Intenções de voto – 1º turno

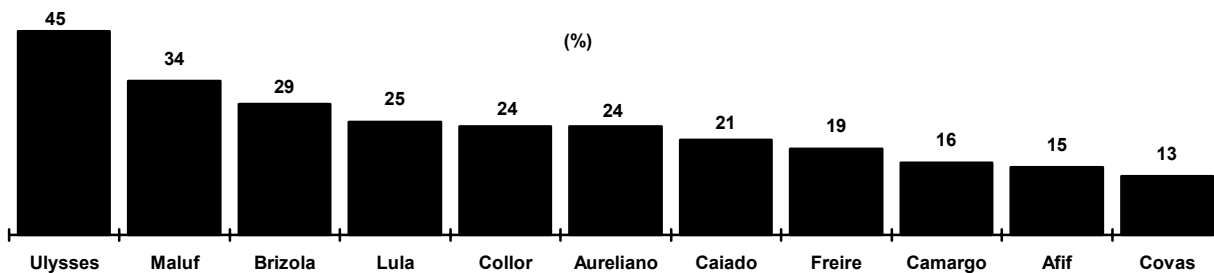


Renda familiar (em salários mínimos)



Fonte: IBOPE, 02-05/11/1989

Rejeição aos candidatos a presidência da República – 1989

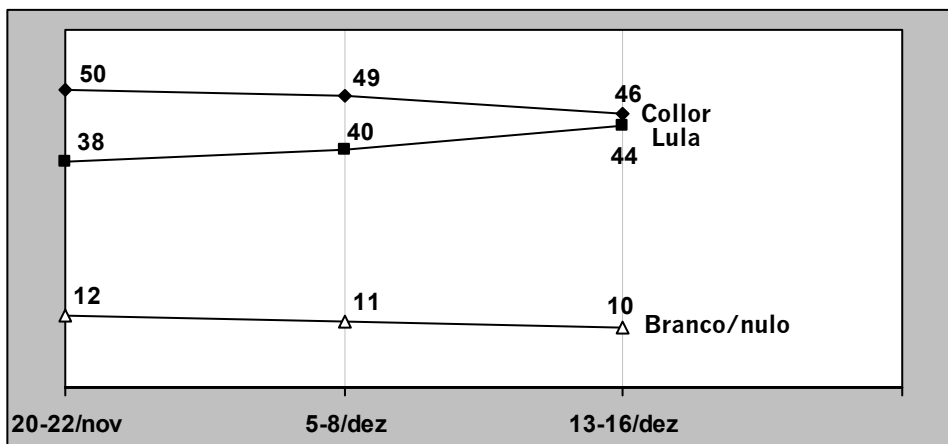


Fonte: Datafolha

Pergunta: Em qual destes candidatos você não votaria de jeito nenhum? Mais algum? (Resposta múltipla). 7-8/10/1989

1989 - 2º Turno

Evolução das intenções de voto

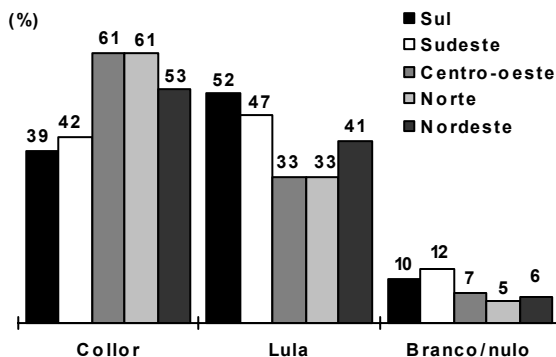


Fonte: IBOPE

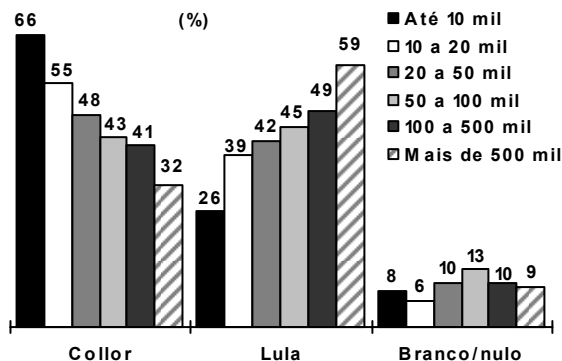
Pergunta: Se o segundo turno da eleição presidencial fosse hoje, e os candidatos fossem estes, em quem o sr.(a) votaria?
(Estimulada - com apresentação de modelo de cédula)

Intenções de voto - 2º Turno

Nas Regiões



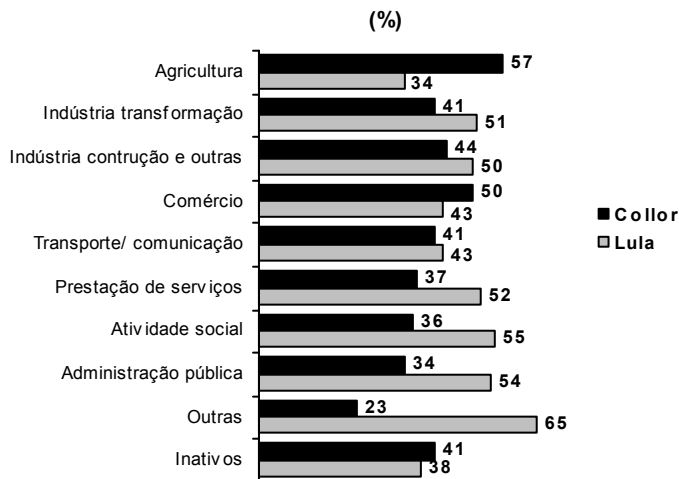
Por tamanho dos municípios (nº de eleitores)



Fonte: IBOPE, 13-16/12/1989

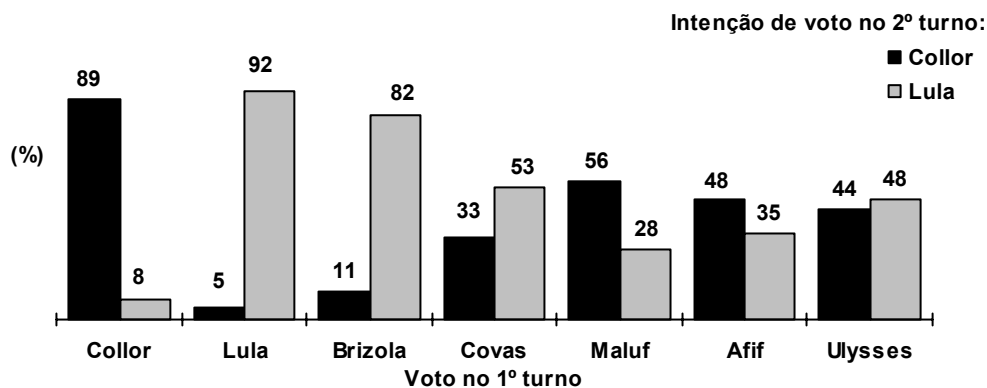
Intenções de voto – 2º Turno

Ramos de atividade



Fonte: IBOPE, 13-16/12/1989

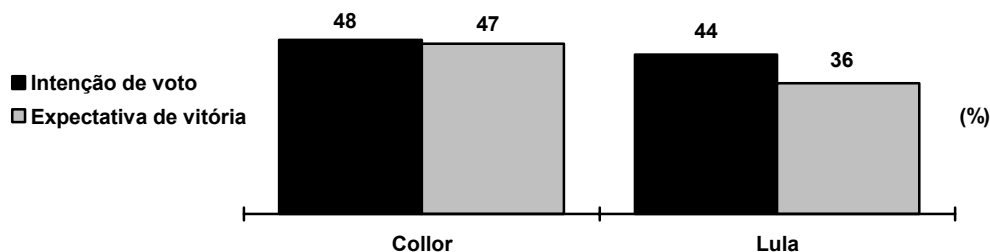
Transferência de voto 1º para 2º turno



Fonte: CEDEC/USP/Datafolha, Pesquisa Cultura Política II

Pergunta: Em quem você votou para presidente no primeiro turno em 15 de novembro? 12-13/12/1989

Expectativa de vitória e intenção de voto – 1989

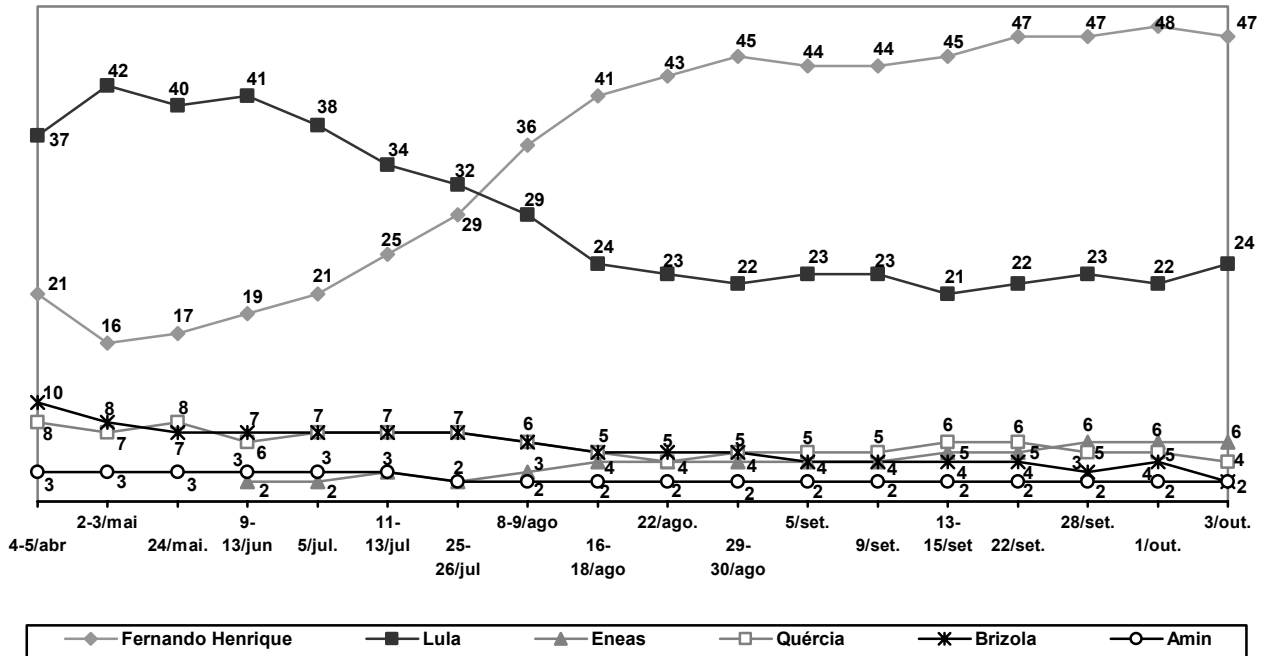


Fonte: CEDEC/USP/Datafolha, Pesquisa Cultura Política II

Pergunta: Na sua opinião, quem será o próximo presidente da República: Lula ou Collor?, 12-13/12/1989

A eleição presidencial em 1994

Evolução das intenções de voto



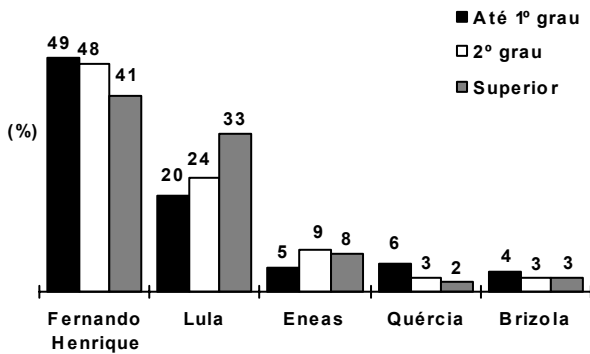
Fonte: Datafolha

Pergunta: Falando na eleição presidencial, se a eleição fosse hoje e os candidatos fossem estes (mostrar cartão com nomes) em quem você votaria para presidente da República?

Obs.: As diferenças para 100% correspondem às respostas “outros candidatos”; “voto branco”; “voto nulo”; “não sabe” e “não resposta”

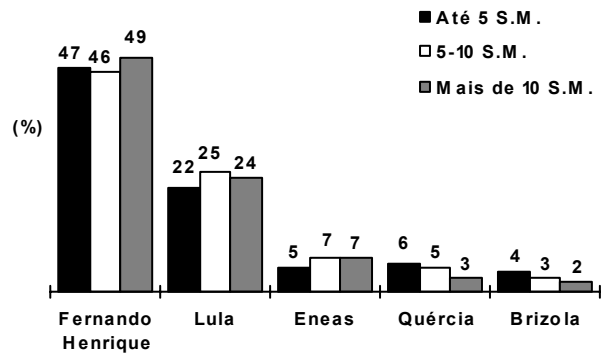
Intenções de voto – 1º turno

Escolaridade



Fonte: Datafolha, 30/09-01/10/1994

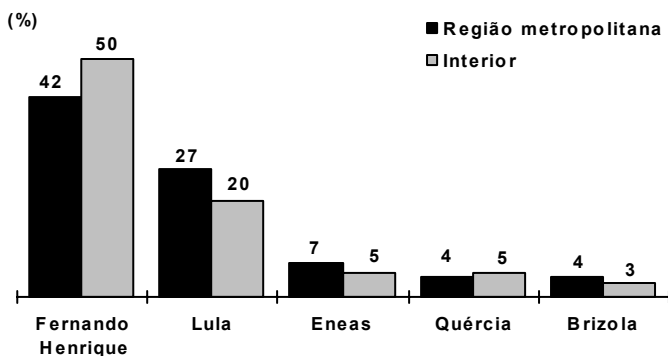
Renda familiar (em Salários Mínimos)



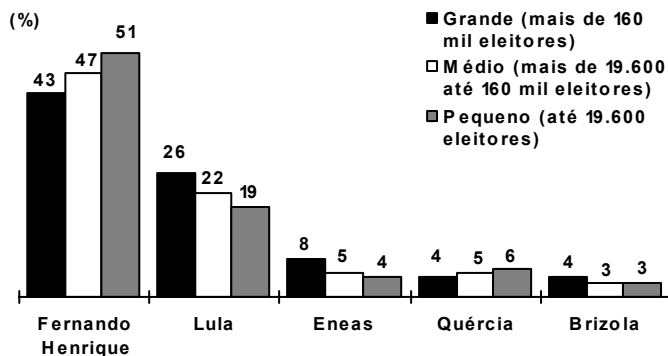
Fonte: Datafolha, 27-28/09/1994

Intenções de voto - 1º turno

Por tipo de município

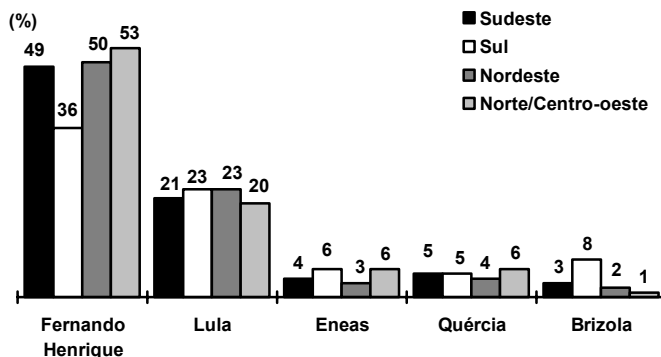


Por tamanho de município (nº de eleitores)



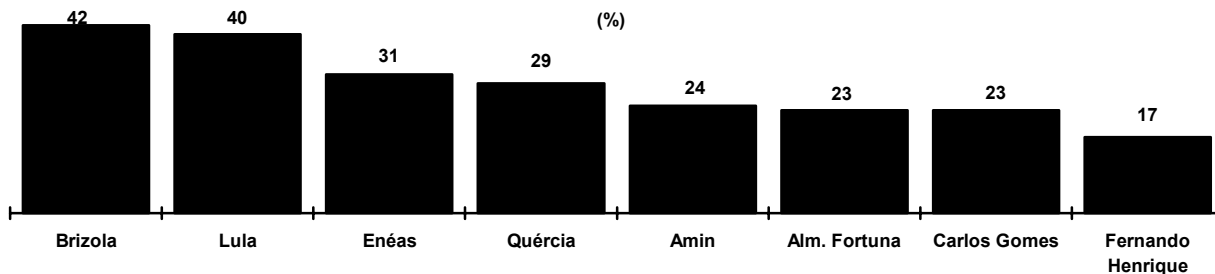
Fonte: Datafolha, 27-28/09/1994

Por Regiões



Fonte: Datafolha, 30/09-01/10/1994

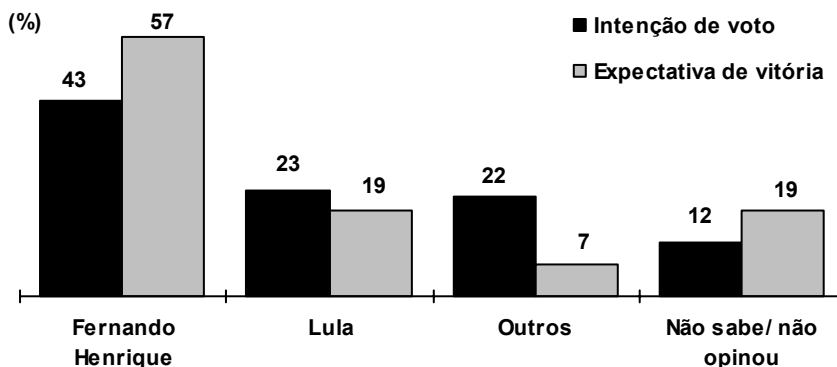
Rejeição aos candidatos a presidência da República - 1994



Fonte: Datafolha

Pergunta: Em qual destes nomes você não votaria para presidente de jeito nenhum? (estimulada e múltipla), 20-22/09/1994

Expectativa de vitória e intenção de voto – 1994

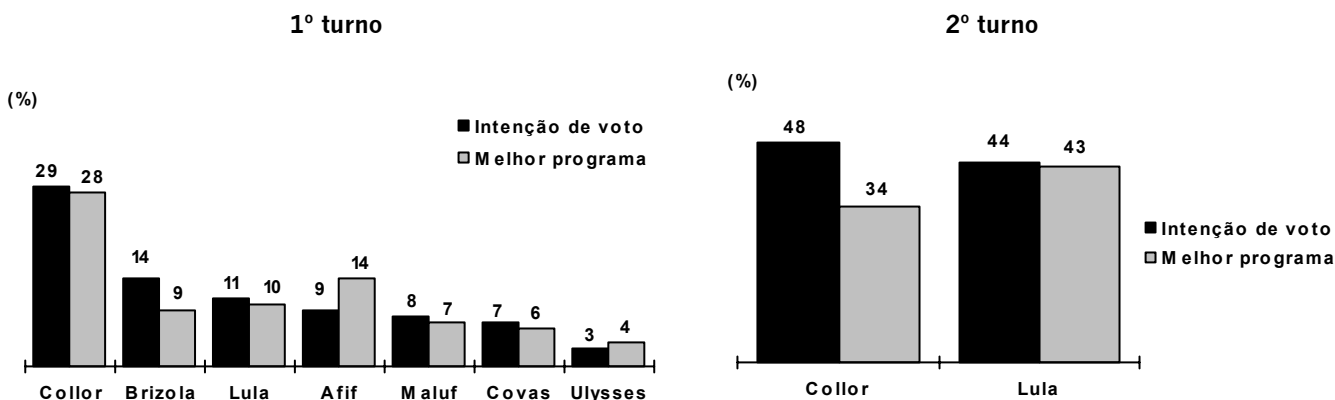


Fonte: IBOPE

Perguntas: (1) Se as eleições para presidente de República fossem hoje e os candidatos fossem estes, em qual deles o(a) sr.(a) votaria? (2) Independente de sua preferência por algum candidato, qual destes candidatos o(a) sr.(a) acha que vai ganhar estas eleições para presidente? – 04-07/09/1994

O papel da mídia nas eleições

Os programas eleitorais gratuitos no rádio e TV e intenção de voto – 1989

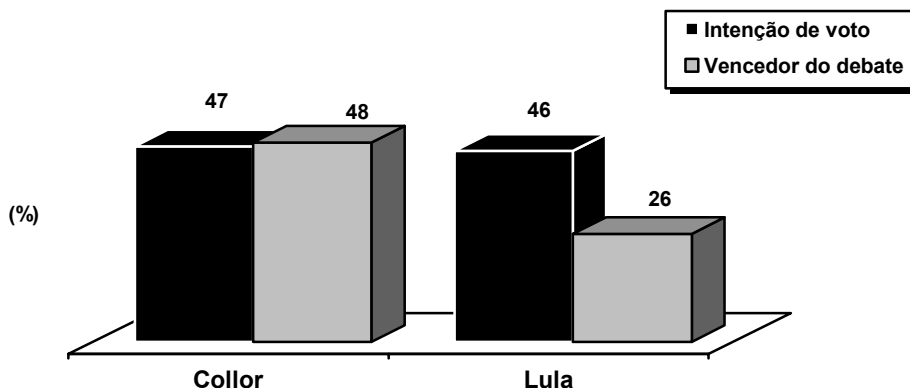


Fonte: 1º turno: Datafolha; 2º turno: CEDEC/USP/Datafolha – Pesquisa Cultura Política II

Perguntas: (1) Se as eleições para presidente da República fossem hoje, em qual destes candidatos (mostrar cartão) você votaria? (2) Na sua opinião, qual candidato ou partido está se saindo melhor na propaganda eleitoral gratuita? 7-8/10/1989 e 12-13/12/1989

Debates entre os candidatos e intenção de voto

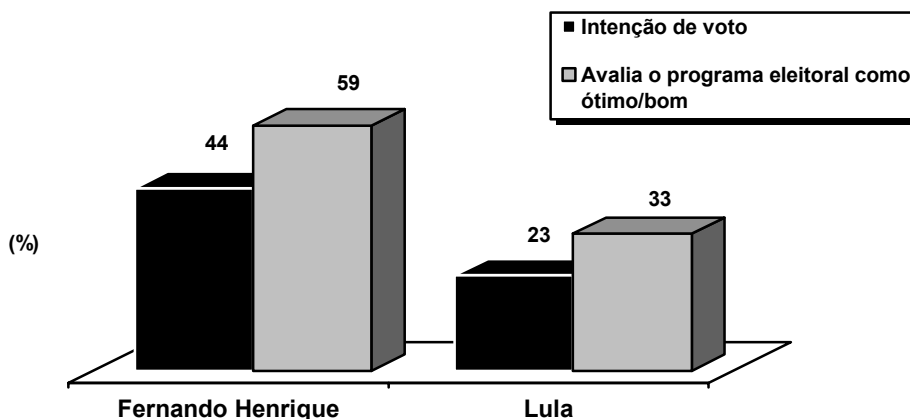
1989 – 2º turno



Fonte: Datafolha

Pergunta: Na sua opinião, quem ganhou o debate: Lula ou Collor? (debate entre os dois candidatos do 2º turno) – 16/12/1989

Os programas eleitorais gratuitos no rádio e TV e intenção de voto – 1994

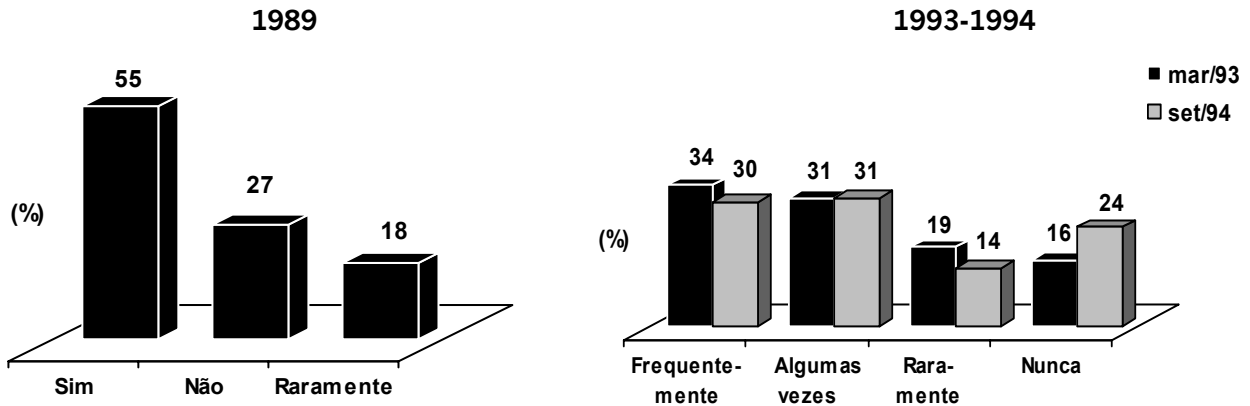


Fonte: Datafolha

Pergunta: Falando de propaganda eleitoral para presidente, como você avalia o desempenho de Fernando Henrique / Lula no horário eleitoral gratuito: ótimo, bom, ruim ou péssimo? 05/09/1994

Consumo de Mídia

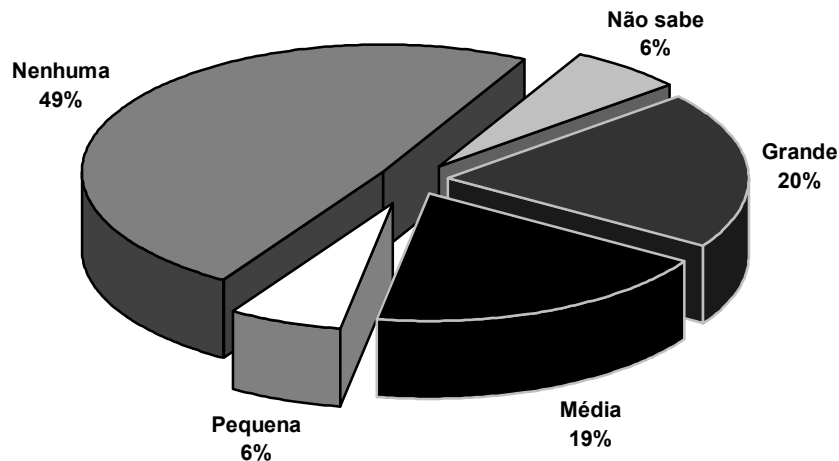
“Costuma ler ou assistir noticiário sobre política”



Fonte: 1989: CEDEC/USP/Datafolha – Pesquisa Cultura Política I; 1993: CEDEC/USP/Datafolha – Pesquisa Cultura Política IV; 1994: Datafolha – 21-23/09/1994

Pergunta: Algumas pessoas participam de atividades políticas e outras não. Gostaria de saber, no seu caso, com que frequência você costuma participar ou não das seguintes atividades:

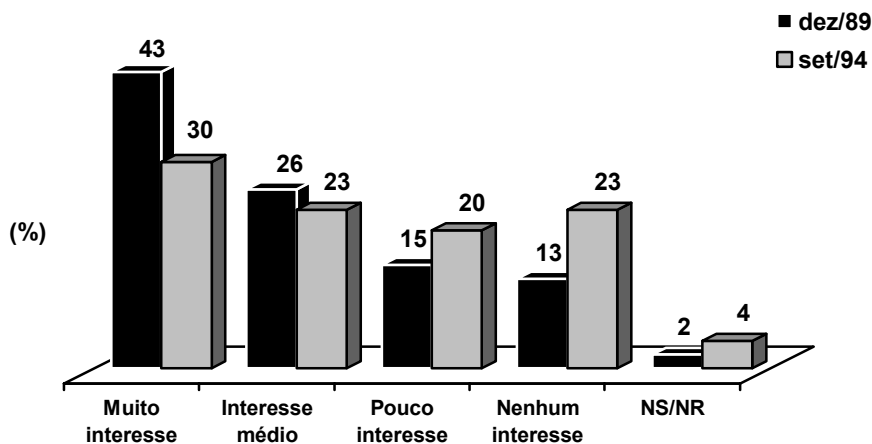
Influência das notícias da TV na decisão do voto – 1994



Fonte: Datafolha

Pergunta: Em relação ao seu voto para presidente, você diria que as notícias de televisão estão tendo uma influência: grande, média, pequena ou não estão influenciando seu voto? – 20-22/09/1994

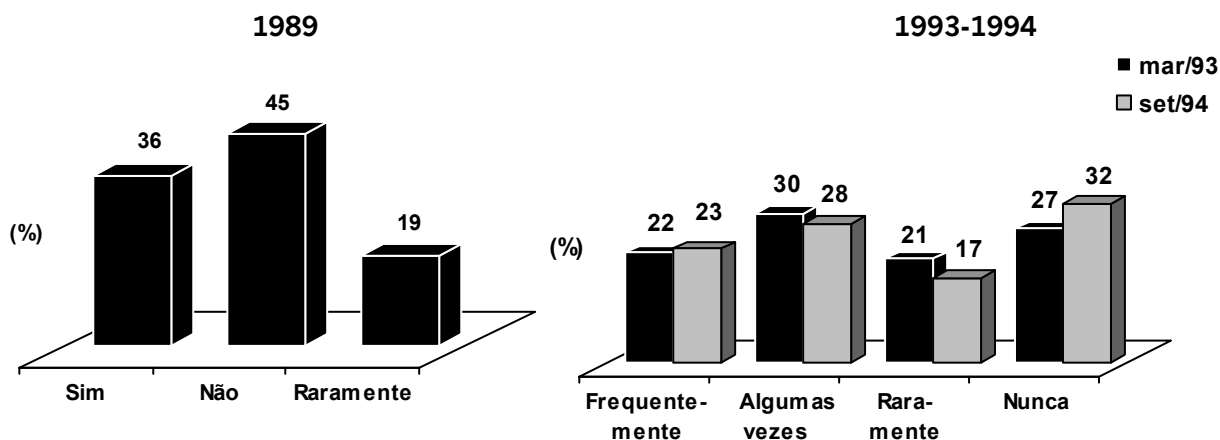
Interesse pela eleição presidencial



Fonte: IBOPE

Perguntas: (1) Com que interesse o(a) sr.(a) acompanhou as eleições do segundo turno? (2) Em outubro vamos ter eleição para presidente da República. O(a) sr.(a) diria que tem muito interesse, interesse médio, pouco interesse ou nenhum interesse nesta eleição para presidente? 13-16/12/1989 e 04-07/09/1994

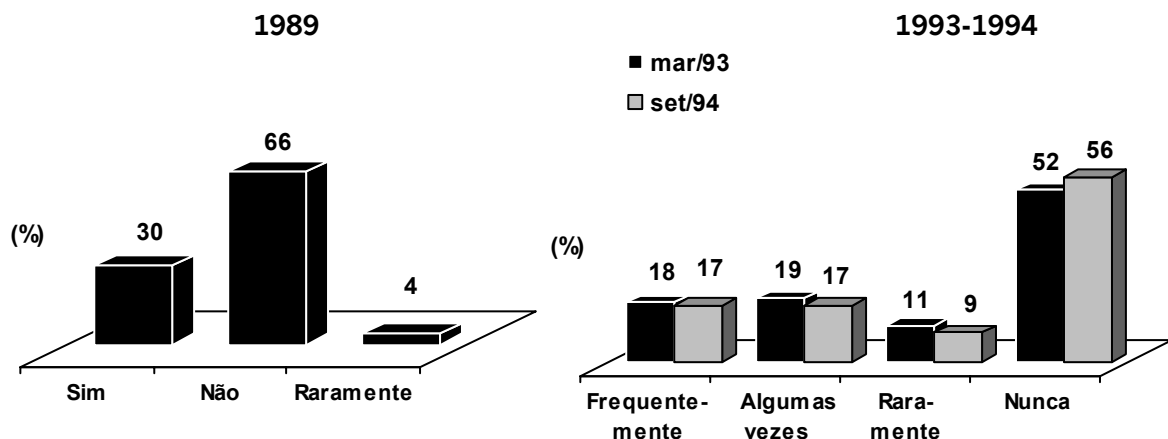
“Costuma conversar sobre política com outras pessoas”



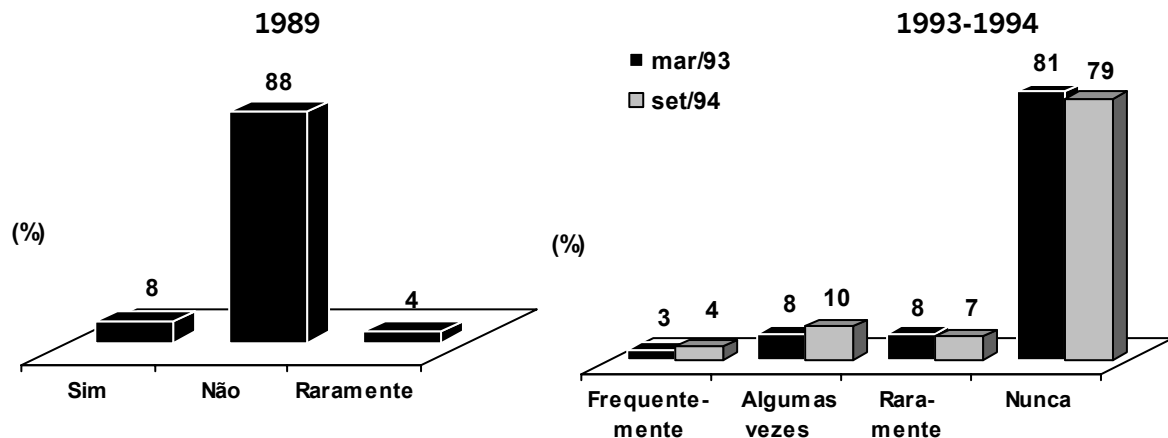
Fonte: 1989: CEDEC/USP/Datafolha – Pesquisa Cultura Política I; 1993: CEDEC/USP/Datafolha – Pesquisa Cultura Política IV; 1994: Datafolha – 21-23/09/1994

Pergunta: Algumas pessoas participam de atividades políticas e outras não. Gostaria de saber, no seu caso, com que frequência você costuma participar ou não das seguintes atividades:

“Costuma tentar convencer amigos a votarem nos candidatos que você acha bom”

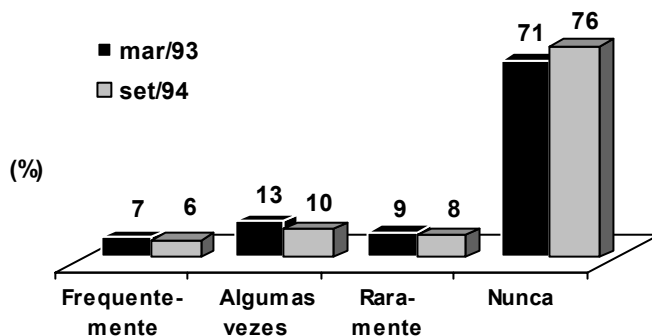


“Costuma freqüentar reuniões de partidos políticos”



“Trabalha ou trabalhou para algum candidato ou partido em campanhas eleitorais”

1993-1994

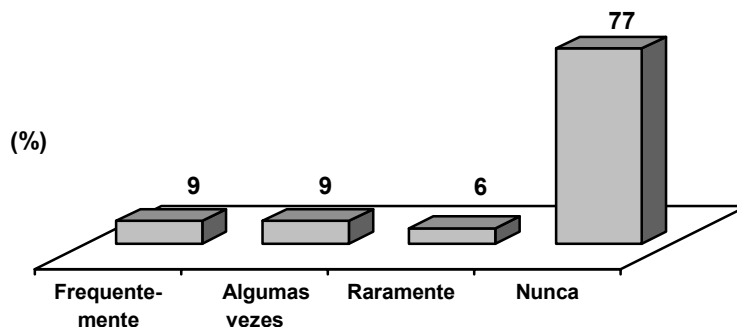


Fonte: 1989: CEDEC/USP/Datafolha – Pesquisa Cultura Política I; 1993: CEDEC/USP/Datafolha – Pesquisa Cultura Política IV; 1994: Datafolha – 21-23/09/1994

Pergunta: Algumas pessoas participam de atividades políticas e outras não. Gostaria de saber, no seu caso, com que freqüência você costuma participar ou não das seguintes atividades:

“Costuma mostrar o voto usando camiseta ou bottons, adesivo no carro, faixa ou bandeira em casa”

1994



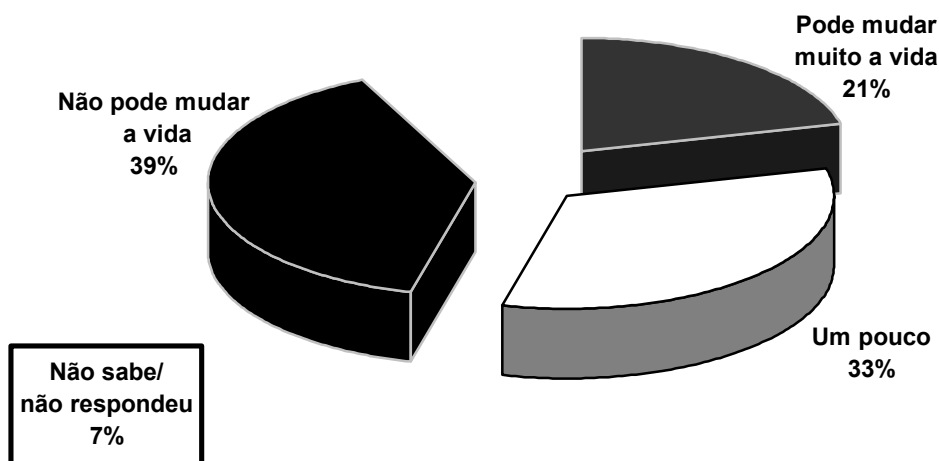
Fonte: Datafolha, 21-23/09/1994

Pergunta: Algumas pessoas participam de atividades políticas e outras não. Gostaria de saber, no seu caso, com que frequência você costuma participar ou não das seguintes atividades:

Influência das eleições na vida dos cidadãos

1994

O resultado das eleições...

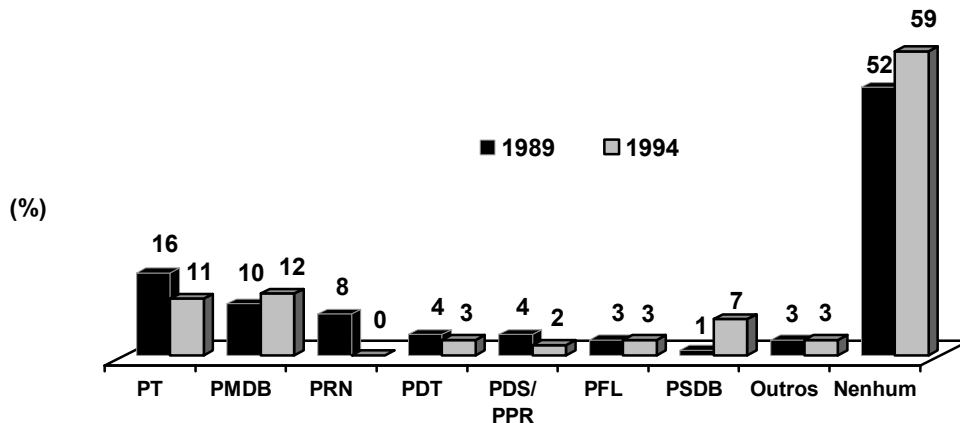


Fonte: Datafolha

Pergunta: Você diria que o resultado das eleições deste ano pode mudar a sua vida: muito, um pouco ou não pode mudar a sua vida? - 22/09/1994

Os partidos políticos em 1989 e 1994

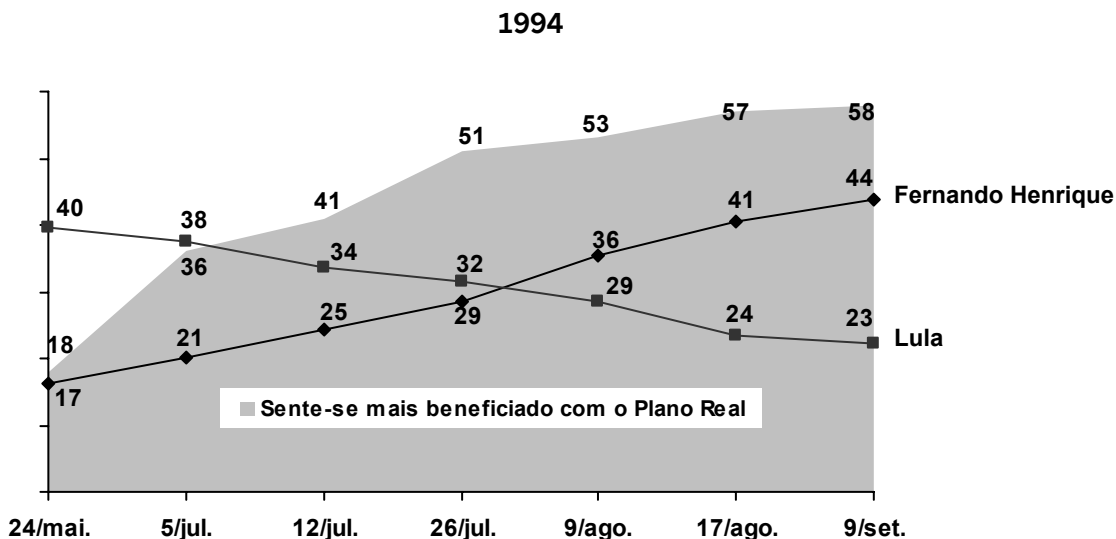
Identificação partidária



Fonte: 1989: CEDEC/USP/Datafolha, Pesquisa Cultura Política II; 1994: Datafolha

Pergunta: Qual o seu partido político de preferência? 1989: 12-13/12/1989; 1994: 20-22/09/1994

O Plano Real e as intenções de voto nos 2 principais candidatos



Fonte: Datafolha

Pergunta: No seu caso pessoal, você se sente mais beneficiado, mais prejudicado ou é indiferente ao plano econômico?

Ficha Técnica

Pesquisas IBOPE

Os dados da primeira sessão deste encarte, relativos aos anos 50 e 60 são provenientes das coleções: **Boletim das Classes Dirigentes** (1950-1957) e **Pesquisas Especiais** (1943-1973) realizadas pelo IBOPE que fazem parte do acervo do Arquivo Edgard Leuenroth – IFCH – UNICAMP

Pesquisa	Data	Universo	Amostra	Metodologia
Eleições 1989 1º turno	02-14/03/1989	Eleitores do Brasil	2.500	Representativa da área em estudo, elaborada por quotas proporcionais em função de variáveis significativas do universo: sexo, grupo de idade, atividade, posição na ocupação, localização geográfica
	18-27/03/1989		2.750	
	31/03-06/04/1989		2.750	
	21-26/04/1989		2.750	
	12-16/05/1989		2.750	
	06-12/06/1989		2.750	
	01-07/06/1989		2.750	
	29/06-05/07/1989		3.753	
	20-26/07/1989		3.753	
	23-19/08/1989		3.581	
	05-09/08/1989		2.663	
	10-15/08/1989		3.581	
	17-22/08/1989		3.582	
	15-19/09/1989		3.565	
	28/09-03/10/1989		3.753	
	Eleições 1989 2º turno		18-23/10/1989	
02-05/11/1989		3.650		
15/11/1989		1.214		
Eleições 1994	20-22/11/1989	3.650		
	05-08/12/1989	3.650		
	13-16/12/1989	3.650		
	04-07/09/1994	2.000		

Pesquisas Datafolha

Pesquisa	Data	Universo	Amostra	Metodologia
Eleições 1989 1º turno	07-08/10/1989	Eleitores do Brasil	4.893	Levantamento por amostragem estratificada, com sorteio aleatório dos entrevistados, segundo regiões, municípios agrupados de acordo com localização geográfica e nível sócio-econômico e sorteados de acordo com o tamanho do eleitorado.
Eleições 1989 2º turno	16/12/1989		8.252	
Eleições 1994	23-24/05/1994		3.911	
	09-13/06/1994		13.017	
	05/07/1994		3.915	
	11-13/07/1994		14.022	
	25-26/07/1994		14.482	
	08-09/08/1994		20.603	
	16-18/08/1994		10.459	
	22/08/1994		10.399	
	29-30/08/1994		20.382	
	05/09/1994		10.532	
	09/09/1994		10.560	
	13-15/09/1994		21.074	
	21-23/09/1994		16.413	
	27-28/09/1994		21.292	
30/09-01/10/1994	31.910			

Ficha Técnica

Pesquisas CEDEC/USP/Datafolha – Cultura Política

Pesquisa	Data	Universo	Amostra	Metodologia
MOISÉS, José Álvaro, Pesquisa Cultura Política I	02-03/09/1989	População acima de 16 anos do Brasil	5.350	Levantamento por amostragem estratificada, com sorteio aleatório dos entrevistados, segundo regiões, municípios agrupados de acordo com localização geográfica e nível sócio-econômico e sorteados de acordo com o tamanho do eleitorado.
ALBUQUERQUE, José G. e MOISÉS, José Álvaro, Pesquisa Cultura Política II	12-13/12/1989	População acima de 17 anos do Brasil	6.592	
ALBUQUERQUE, José G. e MOISÉS, José Álvaro, Pesquisa Cultura Política IV	27-28/03/1993	Eleitorado do Brasil	2.500	

Escolha intuitiva: nova modalidade de decisão do voto

Flávio Eduardo Silveira

Professor do Departamento de Sociologia da
UFRGS

Resumo

O autor afirma a existência de um novo tipo de voto – o voto intuitivo. A escolha intuitiva difere das tipologias tradicionais de decisão do voto: o processo de decisão do voto intuitivo é baseado na sensibilidade e elementos naturais e instintivos.

Palavras-chave: escolha intuitiva, participação política, atitudes e valores, eleição presidencial

Abstract

The author affirms the existence of a new kind of vote – the intuitive vote. The intuitive choice differs from the traditional typologies of voting decision: the intuitive voting decision process is based on sensibility, natural and instinctive elements.

Keywords: intuitive choice, political participation, values and attitudes, presidential election

Introdução

O objetivo de conferir previsibilidade ao voto orientou grande parte das teorias e tipologias sobre o comportamento eleitoral. Buscando identificar variáveis-chave e construir modelos capazes de prever a opção de voto dos eleitores, muitos pesquisadores voltaram-se à explicação e à tipificação de comportamentos previsíveis.

A identificação partidária, considerada nas décadas de 1940 a 1960 o melhor elemento preditor do voto nos Estados Unidos e em países europeus, indica um comportamento facilmente previsível: eleitores partidariamente identificados, dificilmente deixam de votar em candidatos do partido de sua preferência.

O mesmo pode ser dito em relação às explicações do voto, em voga neste mesmo período, como produto da posição sócio-econômica ou do contexto social. Características sociais similares (formação familiar, educação, religião, origem étnica, classe social, local de residência, entre outras) implicam predisposição a comportamentos eleitorais semelhantes. Deste modo, considerava-se provável nos anos 1960, que um próspero agricultor protestante norte-americano escolhesse o partido republicano e que um operário sindicalizado, politicamente consciente, de um centro urbano europeu, votasse no partido situado à esquerda (LAZARSELD, 1966; LIPSET, 1967).

O voto clientelista, considerado predominante pelos estudos sobre comportamento eleitoral no Brasil nas décadas de 1940 a 1960, também expressa um comportamento previsível: eleitores desinformados, incultos, rurais, subordinados aos chefes políticos locais, trocam seu voto por benefícios pessoais imediatos, votam a cabresto ou seguem a orientação de um político personalista, em função de admiração/devoção pessoal, fidelidade, tradição familiar ou pertencimento a um reduto eleitoral (VIANNA, 1930; LEAL, 1949; JAGUARIBE, 1950).

Nada mais previsível do que o comportamento dos eleitores ideológicos que dispõem de informação e conhecimento político e que escolhem seu candidato em função das idéias e dos programas políticos. Como demonstrou Converse (1964), na década de 1960, é possível prever o comportamento eleitoral e as opiniões políticas dos eleitores que compõem este seletivo grupo (chamados por ele de "ideólogos") a partir do conhecimento prévio de outras das suas opiniões e atitudes, pois eles apresentam forte inter-relação lógica entre suas idéias políticas.

O objetivo da previsibilidade está igualmente presente nos modelos da escolha racional e do eleitor consumidor, valorizados e desenvolvidos a partir das alterações substanciais no comportamento eleitoral, observadas nos contextos norte-americano e europeu nas duas últimas décadas: o declínio da identificação

partidária, da transmissão do voto de geração a geração, do voto classista, da fidelidade a partidos ou candidatos, da continuidade do hábito de voto e o crescimento do voto orientado por questões substantivas, do voto flutuante, volátil, instável, infiel, mudancista e volúvel.

De acordo com esses modelos, tornou-se predominante o eleitor racional e calculador, não-apático, bem informado sobre assuntos políticos e com pontos de vista definidos sobre estes assuntos, que decide o seu voto a partir de um conjunto complexo de fatores. Dentre esses fatores destacam-se cálculos de utilidade pessoal, tendo em vista o objetivo de maximizar a sua ação; avaliação das plataformas políticas e do desempenho dos partidos e candidatos em relação às questões políticas consideradas pertinentes; avaliação das afinidades entre o seu ponto de vista e as propostas dos partidos e candidatos, e cálculos sobre o modo mais eficaz de agir frente à oferta eleitoral.

A importância atribuída a esses fatores varia de acordo com as circunstâncias da disputa eleitoral. O eleitor, de forma análoga ao consumidor, escolhe em cada situação o partido e o candidato que julga ser o mais útil para os fins políticos desejados. Cada eleição é como uma nova compra em que mercadorias familiares e novas estão em oferta, e o eleitor procura escolher aquelas através das quais pode obter maiores ganhos (ELSTER, 1986; HIMMELWEIT, 1981).

O comportamento deste tipo de eleitor pode ser previsto a partir do conhecimento das suas opiniões e posições políticas, e dos seus interesses pessoais ou de grupo, pois sabe-se que ele irá procurar sempre, em cada situação diferente, agir de modo racional e estratégico visando defender da forma mais eficaz suas posições e seus interesses. As alternativas e propostas em jogo e o quadro da disputa de uma eleição permitem prever como um eleitor com determinados interesses e posições irá reagir frente à oferta eleitoral.

Nos modelos explicativos mencionados, entre outros que poderiam ser citados, comportamentos pouco previsíveis foram deixados à margem. Contudo, é difícil explicar o comportamento eleitoral brasileiro da atualidade descartando os comportamentos pouco previsíveis e privilegiando as variáveis tradicionalmente estudadas.

A partir da década de 1970, com as transformações ocorridas no país (industrialização, urbanização, elevação do número de escolarizados e ampliação do alcance dos meios de comunicação de massa, especialmente da televisão) tornou-se insustentável pensar a política brasileira a partir da lógica dos redutos eleitorais e do voto clientelista dependente dos clãs familiares locais. Mantiveram-se relações clientelistas em contextos rurais e urbanos, mas hoje o eleitor clientelista representa grupos limitados, quantitativamente menos relevantes, o voto clientelista é atualmente uma modalidade de decisão eleitoral específica que não pode ser generalizada como comportamento dominante.

A identificação partidária, considerada variável-chave para a explicação do voto no Brasil na década de 1970, reduziu consideravelmente sua importância com o fim do sistema bipartidário (1979). Várias pesquisas realizadas nas décadas de 1980 e 1990 indicaram o declínio das taxas de preferência partidária e o crescimento da proporção de eleitores que votam em função do candidato (BAQUERO, 1986; SILVEIRA, 1988; MUSZYNSKI, 1989; 1990; MENEGUELLO, 1994). As eleições presidenciais de 1989 evidenciaram a frágil influência da preferência partidária, com a vitória de um candidato vinculado a uma sigla inexpressiva, organizada precariamente para a disputa eleitoral e com o desempenho medíocre dos candidatos dos partidos brasileiros mais fortes no Congresso Nacional (PMDB e PFL).

A variável posição sócio-econômica tampouco tem se demonstrado um guia seguro para a explicação do comportamento eleitoral brasileiro, o exame dos resultados das pesquisas eleitorais realizadas nos cinco últimos processos eleitorais não nos permite delinear padrões nacionais consistentes de associação entre indicadores sócio-econômicos e intenção de voto. O voto classista pode ser observado no caso de setores assalariados sindicalizados (como os metalúrgicos de São Bernardo do Campo) que apóiam o Partido dos Trabalhadores. Mas o voto da grande massa de eleitores pauperizados, pouco escolarizados e politicamente desinformados, muitas vezes se dirigiu para candidatos conservadores, como ocorreu com a candidatura de Collor nas eleições presidenciais de 1989 (SINGER, 1990).

Grupos ainda mais restritos correspondem ao perfil do votante ideológico, informado, politizado, capaz de estruturar logicamente um conjunto de saberes específicos e conteúdos políticos; e do eleitor calculador-estratégico, que igualmente dispõe de saber político e escolhe seus candidatos em função de afinidade com propostas, cálculos de utilidade e estratégias de ação frente à oferta eleitoral.

Pesquisas realizadas desde a década de 1970 demonstram que a maioria dos eleitores brasileiros apresenta pouca informação política, pequeno grau de estruturação ideológica e fraca inter-relação lógica entre suas idéias políticas (REIS, 1978). O pequeno grau de coerência, segundo uma lógica política, é indicado pela grande massa de eleitores que escolhem candidatos politicamente díspares em um mesmo processo eleitoral, como se observou nas últimas eleições gerais. As combinações politicamente incoerentes verificadas pelas pesquisas de intenção de voto demonstram que, para a maioria dos eleitores, não é a lógica propriamente política que preside a definição das alternativas escolhidas.

Há no Brasil um grupo considerável de eleitores de baixa renda, pouco informados politicamente e pouco escolarizados que não são clientelistas nem seguem padrões de comportamento coerentes e previsíveis. Como estes eleitores decidem o seu voto?.

A pesquisa que estou realizando sobre a decisão de voto no Brasil conduziu-me a incursionar neste terreno. Ao investigar tipos de eleitores e modalidades de decisão do voto, deparei-me com comportamentos que dificilmente podem ser enquadrados nas tipologias e teorias apresentadas pela literatura sobre o assunto. O mais interessante deles é o que estou chamando de “escolha intuitiva”¹.

Este trabalho irá apresentar as características que definem esta modalidade de escolha eleitoral pouco previsível, que não se apóia em suportes racionais nem em padrões de identificação estáveis, mas em elementos primários que socorrem eleitores desprovidos de saber político a tomar decisões no mundo, para eles estranho, da política.

Aspectos conceituais

O termo intuição aparece com frequência na literatura filosófica desde a antiguidade grega. Devido à existência de diferentes interpretações e muitas controvérsias sobre o significado, o alcance e as implicações do conceito de intuição, considero necessário, mesmo que de forma breve e sucinta, delimitar e precisar o sentido com que ele será empregado neste trabalho.

Conforme a definição usual, intuição significa uma forma de descobrir uma certa realidade ou de apreender uma verdade, sem a utilização do pensamento racional, discursivo e analítico. Esta forma de conhecimento pode ser mais ou menos limitada, ter maior ou menor poder de captar a realidade; reside aí o foco central das principais controvérsias sobre o tema. É encontrada na literatura a distinção entre a intuição sensível ou empírica, limitada à percepção imediata de um objeto empírico por meio das sensações, e a intuição intelectual ou eidética (do grego eidos, essência) que tem maior alcance, podendo captar imagens da essência das coisas e das relações e realidades transcendentais, que não são apreensíveis pelos meios racionais.

Kant, entre outros, negou a existência da intuição intelectual, ou da possibilidade de se captar essências sem o pensamento racional, discursivo e analítico. Em termos da análise kantiana, o que mais se aproxima da idéia de intuição intelectual é o que ele chamou de intuição pura, forma pura de sensibilidade. A percepção empírica de um objeto como fenômeno não é dada por si mesma, requer o concurso da intuição pura. Mas, para o conhecimento dos fenômenos não basta intuição: é necessário a utilização de conceitos, produzidos pelo pensamento racional e analítico (KANT, 1985).

¹ Pesquisa: Tipos de eleitores e modalidade no Brasil.

Husserl, em um sentido contrário, desenvolveu a concepção aristotélica de intuição intelectual ou “noética” (do grego *noetikós*, “inteligente”) no sentido de intuição essencial (do alemão *Wesenanschauung*) ou eidética (do grego, *eidetikós*, “essencial”), uma apreensão originalmente criativa da essência das coisas e das relações, realmente existentes e imaginadas, muito além da percepção imediata dos objetos. A intuição empírica pode transformar-se em essencial na medida que transcender a apreensão sensível imediata e captar o “quê” das coisas, chegando até a “essência pura”. Este processo corresponde a uma forma intuitiva de pensamento (HUSSERL, 1967).

Diferentemente de Kant, que considera cegas as intuições sem conceitos, Husserl acredita que elas constituem uma forma de pensamento capaz de captar não somente objetos reais mas também metafísicos. Fenômenos não considerados pelo conhecimento científico poderiam ser percebidos e entendidos pelo pensamento intuitivo, de modo semelhante, os pensadores eclesiais conceberam a intuição intelectual como intuição divina, forma através da qual Deus se compreende e compreende todo o existente, acessível em parte ao homem através da meditação. Este conhecimento intuitivo não seria muito diferente do discursivo, pois os dois teriam por origem a mesma potência intelectual, o espírito puro divino (S. TOMÁS DE AQUINO, 1973).

O sentido que será aqui atribuído ao termo compreende a noção de intuição sensível e empírica, mas não se limita a ela. O objeto empírico ou sensível constitui a referência primária do conhecimento intuitivo, mas outros elementos de sensibilidade estão presentes neste modo de descobrir o que é ou o que deve ser. Não se trata da apreensão de realidades metafísicas, como a realizada através da sensível percepção dos intelectuais ou da meditação dos religiosos, mas de uma percepção de pessoas comuns que não dispõem de recursos intelectuais conceituais filosóficos. Esta percepção não se pretende científica, não se pretende – diferentemente do pensamento intuicionista – superior ao conhecimento racional e discursivo, como um conhecimento efetivamente verdadeiro, capaz de captar a essência das coisas. Embora as pessoas comuns muitas vezes não acreditem em verdades cientificamente comprovadas, preferindo manter suas crenças e idéias oriundas de suas experiências e tradições, e utilizar seus recursos intuitivos para orientar sua ação, essas pessoas não acreditam que sua forma intuitiva de perceber as coisas corresponde a um método de conhecimento superior ao saber racional analítico.

Do ponto de vista do cientista, a intuição tem um papel importante como princípio e fonte de conhecimento, indicando possibilidades, hipóteses, que precisam ser submetidas à prova, à verificação e à análise. Mas, do ponto de vista das pessoas comuns, desprovidas de saber intelectual, não interessa a verificação científica. A percepção intuitiva dessas pessoas é um conhecimento espontâneo, que não passa por provas, racionalizações e não produz conceitos e teorias. O que

esta forma de conhecimento produz coincide com o que é produzido. O resultado da intuição não é encarado como suposição ou hipótese, mas como verdade, que vale por si mesma, não precisando ser comprovada.

Intuição é, deste modo, definida como uma forma de percepção (do alemão *Wahrnehmung*, “tomar por verdadeiro”) através da qual pessoas comuns, que dispõem de pouco saber intelectual, encontram verdades. Tomar por verdadeiro o percebido não garante que seja verdadeiro o resultado da percepção: essas verdades podem corresponder à realidade ou ser ilusórias. Isto depende de cada caso, de cada situação, mas, de qualquer modo, na perspectiva da argumentação aqui desenvolvida, tem pouca importância. A ilusão – como diz Bourdieu – não é ilusória, no sentido de que as representações e verdades dos sujeitos são elementos constitutivos de realidades objetivas. Seria trair a objetividade, desconsiderar o papel das representações subjetivas na conformação dos fenômenos sociais (BOURDIEU, 1986).

A percepção intuitiva a que estou me referindo tem um caráter mundano: está ligada à sensibilidade das pessoas comuns como relação cognitiva primária e natural do homem, utilizada frequentemente na vida cotidiana. Isto envolve as impressões, sensações, percepções de evidências e verdades obtidas através dos elementos da experiência cotidiana que o sujeito considera confiáveis (o que ele vê, o que ele ouve, o que ele sente), afeições e simpatias, através das quais se estabelecem identidades, e percepções que envolvem outras formas de sensibilidade. Embora se trate de pessoas comuns, que não utilizam mecanismos mentais especiais (como a meditação), sua intuição, produzida de forma espontânea, não se limita à simples percepção empírica de objetos.

Transcende à percepção empírica como uma espécie de adivinhação instintiva que possibilita uma apreensão extra-racional de fenômenos. Sem nenhum elemento mediador, apreende totalmente o apreendido através da sensibilidade. Apreende, em um olhar, relações de maior amplitude, como as existentes na produção e na contemplação artística. O sujeito que produz utiliza sua sensibilidade intuitiva para a criação da sua obra. Esta intuição é, por vezes, sentida como inspiração, quando repentinamente abre perspectivas imprevistas, permitindo ao artista atingir as formas estéticas desejadas. O sujeito que contempla ouve sua sensibilidade intuitiva para apreender a qualidade estética do objeto contemplado.

Para a avaliação do que é belo em obras de arte, todos utilizam a intuição. Alguns, que dispõem de conhecimentos estéticos e culturais, usam também estes conhecimentos para guiar suas intuições e para justificar racionalmente suas preferências. Os que não dispõem destes conhecimentos recorrem apenas a sua intuição. Analogamente, isto ocorre com um certo tipo de eleitor que dispõe de pouco saber político: escolhe o melhor candidato, utilizando seus recursos intuitivos, sem a mediação de cálculos racionais próprios do pensar e agir políticos.

Assim, o que estou chamando de escolha intuitiva, é uma forma de decisão do voto que se realiza como o julgamento do quadro preferido para não iniciados nos assuntos das artes: por não disporem dos conhecimentos estéticos e culturais necessários para realizar uma escolha racionalmente justificada da preferência, se valem, para identificar o quadro mais bonito, de seus recursos intuitivos. Não sabem explicar precisamente porque certo quadro é o mais bonito, do mesmo modo como não sabem expressar através de argumentos lógicos a preferência por um candidato. Quando interrogados, acabam formulando respostas demasiadamente genéricas e inespecíficas que tendem a se confundir numa mesma vala comum: “escolhi este candidato porque era o melhor”, “gostei dele”, etc. Não sabem explicar racionalmente suas escolhas porque elas não foram feitas a partir de critérios racionais do pensamento discursivo e analítico, mas sim através de uma forma de conhecimento intuitiva, uma apreensão da realidade através da sensibilidade, que possibilita, em um olhar, a captação das imagens necessárias à decisão eleitoral.

Informação e participação política

A escolha intuitiva é uma forma de decisão eleitoral adotada por eleitores pouco informados sobre assuntos políticos, que não dominam os termos especializados da linguagem política, que não conhecem os saberes específicos (conceitos, problemas) do mundo político e que não sabem orientar sua ação de forma adequada e lúcida neste terreno.

Mesmo sem dispor dos recursos necessários para orientar sua intervenção política e sem dispor de experiência de participação em entidades, sociedades ou instituições, estes eleitores, não abrem mão da participação nas eleições. Diferenciam-se, deste modo, de outros eleitores também desprovidos de saber político, que se auto-excluem do processo eleitoral dizendo que não lhes interessa, por não gostar da política e dos políticos.

Podem ser encontradas, no precário repertório conceitual dos eleitores intuitivos, idéias pejorativas sobre os políticos e a política e muitas desconfianças em relação à capacidade dos partidos e agentes políticos realizarem ações que atendam suas expectativas e seus interesses. Mas esses eleitores não são indiferentes em relação aos candidatos/partidos e descrentes em relação às possibilidades de que uma escolha eleitoral acertada possa produzir melhorias na situação da cidade, do estado, do país.

Embora estejam objetivamente marginalizados no jogo político, fazem questão de votar, de exercer seu direito de escolher candidatos no processo eleitoral, rejeitando outras posturas adotadas por eleitores politicamente desinformados e excluídos, como o voto nulo, o voto em branco e o voto ao acaso. Recusam-se também delegar o seu voto para pessoas de sua confiança pessoal (amigos, parentes, etc.) ou para grupos com os quais se identificam ou consideram confiáveis (religiosos, comunitários, partidários, etc.). Como não abrem mão de exercer o direito de decidir seu voto e, ao mesmo tempo, não dispõem das condições e dos conhecimentos específicos necessários para uma ação lucidamente orientada no processo político e eleitoral, estes eleitores realizam sua escolha eleitoral valendo-se de seus recursos intuitivos.

Clientelismo e Personalismo

A incultura e a desinformação política foram muitas vezes associadas, pelos estudos sobre comportamento eleitoral no Brasil produzidos especialmente até a década de 1960, ao clientelismo e ao personalismo. Eleitores pouco informados politicamente, seriam manipulados pelos chefes políticos locais: seguiriam cegamente sua indicação de voto, em troca de favores e de benefícios pessoais imediatos ou em função de fidelidade pessoal. O voto se daria em função de uma identificação personalista, com o candidato ou com o chefe político local, e não em função de uma afinidade com partidos e programas políticos (VIANNA, 1930; LEAL, 1949; JAGUARIBE, 1950).

A escolha intuitiva diferencia-se muito destas modalidades de voto. Os eleitores intuitivos mostraram-se avessos à relação clientelista: responderam negativamente às questões que sugeriam a possibilidade de obtenção de benefícios imediatos através do voto e posicionaram-se contrariamente a esta prática. Embora reclamem do Estado benefícios (como melhoria das condições da rua, esgoto, iluminação, escola, posto de saúde, etc.) e considerem ser papel dos políticos e governantes garantir a realização de tais serviços, não aceitam utilizar o seu voto como mercadoria. Um político que fez muito pelo bairro pode receber o voto deste tipo de eleitor, mas o voto é dado porque ao “fazer muito” o político demonstrou que é bom, que é comprometido, que merece receber o voto e não porque ele comprou o voto. O eleitor intuitivo faz questão de exercer seu direito de escolha e, assim, não aceita vender o seu voto. Quer manter sempre a possibilidade de alterar sua escolha, punindo os políticos que enganam e buscando alternativas que se mostrem mais acertadas.

O voto do eleitor intuitivo, em geral, é definido em função do candidato e não do partido, mas não se trata de um voto personalista na antiga acepção, como um voto dado em função de admiração/devoção pessoal, de subordinação ao chefe político local, de fidelidade pessoal, de tradição familiar, regional ou de pertencimento à reduto eleitoral. Este tipo de eleitor não se encontra preso a relações de dependência de caráter tradicional e não é fiel a nenhum candidato em particular. Também não costuma votar do mesmo modo que familiares, vizinhos, colegas de trabalho, etc. Não segue, assim, o padrão sociológico do voto como produto da interação social (a tendência dos membros de grupos de vizinhança, família, estudo, trabalho, religião, etnia, etc. terem um comportamento político e eleitoral semelhante, observada, por exemplo, pelos estudos de Lazarsfeld); nem tampouco o padrão do voto como produto da identificação classista (a tendência dos membros das classes sociais, quando possuem consciência política, votarem nos partidos que defendem seus interesses), indicado por trabalhos que utilizam o modelo da consciência de classe da tradição marxista (LAZARSFELD, 1966; PIZZORNO, 1976).

A orientação do voto está associada menos aos laços e relações socialmente estabelecidos e mais a uma decisão considerada individual ao estilo do individualismo do eleitor calculador racional (ELSTER, 1986). Sabe-se que, em função de auto-estima e de consistência cognitiva, as pessoas têm dificuldade de reconhecer as influências que recebem e tendem a perceber suas ações como produto da sua decisão pessoal. Contudo, o exame das respostas de questões em que este viés subjetivo é minimizado indicou que a escolha é em grande medida marcada pelo selo pessoal do eleitor. Pessoas com inserção social similar apresentaram opções eleitorais diferentes, orientadas não por referências de grupos e segmentos sociais (religião católica, classe trabalhadora, condição feminina, etc.), mas por imagens do que é visto como certo e desejável no comportamento dos políticos (honestidade, conduta limpa, sinceridade, compromisso com o povo, etc.).

Volubilidade e racionalidade

O eleitor intuitivo mostrou-se volúvel, escolhendo candidatos e partidos distintos do ponto de vista político e ideológico em cada processo eleitoral. E, ao contrário do que poderia se esperar, estes eleitores não tentaram esconder a incoerência das suas opções eleitorais atuais e anteriores, assumindo, sem qualquer constrangimento, sua posição de ter votado, em várias ocasiões, em candidatos política e ideologicamente muito distantes.

A elevada volubilidade lembra o comportamento instável, versátil e variável do eleitor calculador racional e consumidor que tem sido considerado nas últimas duas décadas relevante em países europeus e nos Estados Unidos (HIMMELWEIT, 1981). Mas, a escolha intuitiva diferencia-se muito da escolha racional, na medida que não se apóia em uma lógica de cálculo racional sobre a oferta eleitoral. Os eleitores intuitivos entrevistados responderam negativamente à questão “*Você já deixou de votar no seu candidato ou partido preferido para votar em outro com mais chances de derrotar aquele que você julgava ser o pior?*”, do mesmo modo que rejeitaram, em outras questões, o uso de cálculos de utilidade pessoal para a decisão da ação política e eleitoral.

As opções do eleitor intuitivo, diferentemente do racional/consumidor, raramente estão baseadas nas plataformas políticas dos partidos e candidatos. Ao invés de uma lógica política (examinar as propostas dos candidatos/partidos, avaliar a situação política e fazer um cálculo racional do que é mais apropriado para potencializar a sua ação no jogo político), este tipo de eleitor utiliza, para fazer a sua escolha eleitoral, uma lógica que tem mais a ver com o gosto e a simpatia e é similar àquela que ele utiliza no cotidiano para julgar as pessoas (julgar pelo que ela faz, pelo que ela passa). A escolha se dá mais por identificação: o eleitor intuitivo se identifica a cada eleição com candidatos de diferentes partidos em função de suas percepções sobre como deve ser o comportamento e o perfil do político.

Poderia-se dizer que se trata de outro tipo de eleitor consumidor, desprovido de saber político, que compra os produtos político-eleitorais tendo em vista a imagem dos candidatos. Não se pode negar que, em um certo sentido, seja possível afirmar isto. Mas, considero preferível utilizar a analogia com a avaliação de quadros do que com o ato de consumo por entender que, neste último caso, o conhecimento e a lógica utilizada são distintos. Por mais escassa que seja a experiência do consumo de uma pessoa, a prática de consumir produtos freqüentemente proporciona a ela um conhecimento sobre os elementos da sua decisão incomparavelmente superior ao conhecimento que dispõem os eleitores desinformados sobre o complexo mundo da política. A lógica utilizada para a decisão de consumo se apóia na relação entre a utilidade (ou a desejabilidade) de um produto e a avaliação do seu preço, da sua qualidade, do atendimento e dos serviços oferecidos pelo estabelecimento comercial. Se um consumidor considera muito útil um determinado produto, mas não tem condições de adquiri-lo em função do seu elevado preço, poder optar por um similar de qualidade inferior ou poder se endividar para adquirir o produto com a qualidade desejada. Se optar pelo preço mais baixo de um produto de qualidade inferior, poder sofrer decepção com o produto, em função de sua menor durabilidade ou de seu fraco desempenho. Se optar pela maior qualidade, poderá ter custos também elevados decorrentes das

dívidas contraídas. O produto poder ser adquirido em uma loja que oferece um atendimento ótimo, rápido, mas que apresenta preços mais elevados, ou em outra loja, que apresenta preços mais baixos, mas oferece um atendimento pior, com longas e demoradas filas. A opção neste caso se dá na avaliação do menor custo entre a diferença de preço e a perda de tempo/desgaste psicológico. Este conjunto de elementos de cálculo racional próprios da decisão de consumo não estão presentes na escolha intuitiva. A seleção de candidatos que faz o eleitor intuitivo e fracamente racional e fortemente emocional, definida por identificação com determinados candidatos.

A lógica utilizada para as escolhas eleitorais não é propriamente política. Embora elementos políticos sejam utilizados para justificar preferências, esta utilização é bastante instrumental. Os eleitores intuitivos recolhem do discurso político que têm acesso alguns elementos pontuais que utilizam de forma nem sempre apropriada quando falam sobre política. As idéias políticas utilizadas não são ordenadas logicamente e estruturadas no nível de abstração próprio do discurso político. Muitas vezes são idéias desconexas e contraditórias do ponto de vista da lógica política. Esta desarticulação lembra o padrão, observado pelos pesquisadores da escola de Michigan, do votante pouco informado e pouco escolarizado que expõe idéias políticas fracamente inter-relacionadas do ponto de vista lógico, não sendo possível predizer suas opiniões e atitudes a partir do conhecimento prévio de suas idéias (CONVERSE, 1964; CAMPBELL, 1964).

Os eleitores intuitivos apresentaram um aglomerado heterogêneo de verdades políticas, pequenos blocos indivisíveis de idéias pré-fabricadas, retiradas do discurso político, a partir de um princípio não-político adquirido por simples familiarização, de modo pré-reflexivo, e vinculadas às suas experiências concretas, imediatas e singulares. Daí a aparência caótica e contraditória do pensamento deste tipo de eleitor que – para usar os termos de Bourdieu – fala de política sem possuir um discurso político e sem dispor do conhecimento dos meios de produção das suas opiniões políticas (BOURDIEU, 1979).

Quando colocado frente às contradições entre suas idéias, este eleitor reage reafirmando as mesmas opiniões. Se, por exemplo, ele sustenta certas posições que estão em desacordo com as idéias de um candidato que ele considera bom, ele tende a manter as suas idéias e a manter sua avaliação positiva sobre o candidato, como se fossem elementos distintos que não se inter-relacionam, definidos por motivos distintos. O candidato pode ser considerado bom porque ele passa isto, porque isto está no olhar dele, porque está escrito, porque ele age bem, etc.; e a idéia pode ser tida como boa, mesmo sendo desaprovada por este candidato “bom”, porque ela se mostrou acertada a partir de experiências vividas. A contradição que existe do ponto de vista de uma lógica política não é percebida quando se pensa a política a partir de um princípio intuitivo.

Visão do mundo político

É muito difícil falar em visão do mundo político dos eleitores intuitivos devido à heterogeneidade de visões existente entre eles e ao caráter também heterogêneo, fragmentário e desarticulado das idéias políticas de cada um deles. Uns têm idéias que se aproximam das de outros sob determinados aspectos e se diferenciam sob outros. As idéias de um mesmo eleitor muitas vezes sugerem alinhamentos diferentes. Por outro lado, há muitas opiniões e crenças sobre vários assuntos que são comuns. Separando os blocos de idéias por temas e desconsiderando a inter-relação entre eles, pode-se distinguir algumas clivagens principais e algumas idéias comuns no pensamento deste tipo de eleitor.

Entre as clivagens que apareceram com certa insistência, figura em primeiro plano a oposição entre democracia e ditadura. Esta oposição não está associada à autodefinição política e ideológica. Foram encontrados tanto eleitores simpáticos a governos autoritários que se auto-definiram como sendo de esquerda ou de centro-esquerda (para eles “uma pitadinha de Getúlio Vargas” ou “um cara de pulso firme no comando” seriam necessários para promover as mudanças que o país precisa no sentido de favorecer os mais pobres), como foram encontrados eleitores auto-definidos como de direita favoráveis a governos autoritários (especialmente do tipo militar) tendo em vista o objetivo de “botar ordem na casa”.

Os eleitores favoráveis à democracia (tanto os situados mais à esquerda, como mais à direita no espectro político-ideológico) defenderam este regime por motivos como “o povo deve decidir”, “imagina uma ditadura com o Collor no poder”, “não se pode acabar com o direito de voto”, “é o certo”, etc. Houve quem condicionasse o regime ao governante, afirmando que se o governante for bom, “um cara justo”, é bom que o governo seja uma ditadura.

A defesa do regime democrático pareceu, de um modo geral, pouco sólida. Os que afirmaram preferir a democracia à ditadura consideraram, em outras questões, problemas econômicos e políticos-morais mais importantes. Na pergunta sobre “o governo que o Brasil precisa”, as respostas mais recorrentes referiam-se à melhoria dos salários e da situação econômica do país, à defesa dos pobres e à eliminação da corrupção, não sendo praticamente mencionada a necessidade de consolidação do regime democrático ou de ampliação da democracia. A idéia de democracia parece ser algo muito abstrato e distante para este tipo de eleitor.

Outra clivagem que mostrou-se importante refere-se à avaliação da situação do país e ao modo de melhorá-la. As respostas sobre os principais problemas do país, a solução para estes problemas e o governo que o Brasil precisa apresentaram uma tonalidade ora mais marcadamente econômica, ora mais marcadamente moral. Em muitos casos elementos econômicos e morais se misturaram nas respostas. Mas pode-se distinguir duas ênfases: de um lado, em problemas econômicos (salários,

custo de vida, miséria, desemprego, etc.) e em saídas políticas que resolvam tais problemas (um governo que acabe com a miséria, que defenda os que estão em pior situação); de outro lado, uma ênfase em questões morais (corrupção, falta de caráter, de decência, de honestidade) e, em saídas políticas também moralizantes (governo honesto, limpo, que acabe com a corrupção, moralize o país).

Entre as idéias comuns destacou-se a visão dos políticos como corruptos e enganadores, que não agem como deveriam e somente se preocupam com os seus interesses particulares. Ao invés de somente pensar em si mesmos, os políticos deveriam ajudar a sociedade, fazer o bem para todos, contribuir para melhorar a situação do país. Ao invés de “só dar discursos”, os políticos deveriam agir mais e produzir mais resultados com suas ações.

No entender dos eleitores intuitivos, os políticos não agem como deveriam em função de razões morais (“são safados”, “estão na política para isto mesmo”), em função de interesse pessoal (“não querem perder sua boquinha”, “estão nessa por dinheiro”, “querem poder”) e porque não podem (“são abafados pelos de cima”). Ao lado de explicações mais simplistas e imediatistas, que percebem o problema como pessoal e moral (cada político é individualmente mesquinho, egoísta, oportunista, mentiroso, desonesto, ladrão), aparecem explicações que percebem o processo de cooptação (“quando sobem, esquecem os de baixo”) e a existência de estrutura de poder, na qual indivíduos têm poder limitado (“tem gente bem intencionada que não consegue fazer o que deve porque os outros – os de cima, os que têm grana – não deixam”).

Entre as características que os políticos deveriam ter, foram apontadas predominantemente três: 1) ser bom, isto é, em cada momento, em cada situação, agir de modo correto, escolhendo a alternativa mais justa, tomando as decisões mais certas; 2) ter compromisso com o povo, no sentido de ser ligado ao povo, ajudar os que mais precisam, fazer ações e obras em benefício dos bairros pobres, ser acessível, consultar as pessoas e resolver os problemas por elas apontados; 3) ser honesto, no sentido de ter um passado limpo (para uma dona de casa entrevistada seria necessário, antes das eleições, “fazer uma CPI de cada candidato”); agir corretamente, não roubar e não se deixar corromper; não mentir, cumprir aquilo que diz; falar sinceramente, explicar as coisas como elas realmente são; aceitar a opinião da população; e investir bem o dinheiro público.

É interessante observar que os entrevistados atribuíram ao termo honesto não só o significado usual, mas também outro relacionado ao compromisso com o povo. O mesmo pode-se dizer em relação à noção de competência. O termo, encontrado no repertório discursivo dos setores de classe média, praticamente não apareceu nas respostas dos entrevistados. Quando interrogados sobre “o que é ser competente” eles, de um modo geral, reafirmaram o que já tinham dito antes: “ajudar o povo”, “cumprir promessas”, “sentir o que o povo quer e fazer”, etc. Os

significados atribuídos aos termos honesto e competente são muito parecidos no imaginário deste tipo de eleitor e estão associados à idéia do bom político realmente preocupado com o povo, que pode ser identificado através do trabalho realizado ou do que ele transmite quando fala, quando aparece na TV.

A situação do país caracterizada, de um modo geral, como péssima – em função da miséria e pobreza, do descaso, da corrupção, etc. – é vista como decorrência da ação de certos políticos (Sarney, Collor, etc.) ou dos políticos em geral. Muitos mostraram não saber ao certo como se chegou a esta situação, mas fez-se notar a inclinação de responsabilizar os governantes. Os problemas, de natureza econômica e moral, seriam causados pelos políticos e seriam resolvidos por políticos moralmente íntegros e comprometidos com a defesa dos mais pobres.

No imaginário deste tipo de eleitor há forte associação entre egoísmo e corrupção, entre questões econômicas e morais. Os políticos que só pensam em si mesmos tendem a se apropriar dos recursos públicos. Os que pensam no interesse público, deixando seus interesses particulares em um segundo plano, não se sentem tentados a levar vantagens, e, assim, mantêm uma conduta honesta, moralmente inatacável. Os que só pensam em si mesmos tornam-se desonestos. Os gananciosos não têm caráter. A corrupção gera a injustiça econômica (“uns que pouco fazem têm de tudo, enquanto outros que dão duro não têm nada”). A corrupção não é criticada apenas do ponto de vista moral; ela também é vista como um problema econômico (“a situação econômica do país está ruim, os salários estão baixos, porque tem muita gente no poder roubando o dinheiro público”).

Rejeitam, de um modo geral, a idéia de querer levar vantagem em tudo. Achrom que este é um dos principais problemas do país. Alguns são tolerantes com os que tentam melhorar o seu lado; como é o caso de um entrevistado que descreveu uma situação onde procurou levar vantagem: “meu primo tava trabalhando na campanha de um candidato do PL, e tava com dois carros do cara. Eu perguntei o que tinha pra fazer com o carro e me ofereci porque conheço a cidade inteira. Fiz o serviço durante meio dia e depois fui pra praia com o carro do cara que tava com o tanque cheio”.

Há uma crença generalizada na inexistência de justiça no Brasil; no sentido de desigualdade econômica acentuada (“uns têm muito, enquanto outros têm muito pouco”, “tem gente que trabalha duro a vida inteira e não tem nada enquanto outros não precisam trabalhar e só gastam”); no sentido de que todos não são iguais perante as leis (“o pobre que rouba pouco é punido e o rico que rouba muito não”, “as leis só são cumpridas quando é para uns”, “os corruptos do poder roubam e não acontece nada”); e no sentido que não é feito “o que é certo”, “o que é justo” (“não é certo que um enganador só queira passar a perna no patrão, queira ganhar mais sem trabalhar, passe atestado falso, do mesmo jeito que não é certo que o patrão só queira esfolar o empregado, também tem que reconhecer os direitos dele”).

Há esperança que a situação do Brasil melhore. Para melhorar é preciso um governante bom, que seja honesto e comprometido com os pobres, e que tenha pulso firme, seja decidido e forte, tenha condições de se impor frente aos outros, fazendo valer a sua vontade. O governante e o governo precisam ser fortes porque senão eles não terão condições de enfrentar as inúmeras dificuldades e a força dos poderosos/ricos. Os dados examinados indicam que mantém-se vivo o mito do governante bem intencionado, que usa o seu poder, sua força e vontade para defender os fracos e pobres que precisam de proteção. A saída vislumbrada depende de um homem especial, vocacionado e capacitado a mudar o jogo, para restabelecer a justiça e a ordem.

Como se sentem muito distantes deste homem especial, esses eleitores não conseguem se ver no poder: “quem sou eu para estar no poder?”. Não conseguem imaginar o que fariam se estivessem no centro do poder de Estado: baluciam medidas vagas como “tomar contato com a realidade, pra ver o que fazer”; “chamar pessoas honestas, trabalhadoras, que conhecessem bem a situação”; “identificar todos os roubos e punir os responsáveis”.

Embora não se vejam em condições de governar e acreditem em um governante dotado de condições especiais, consideram necessário, desejável e possível que o povo participe nas decisões políticas. A participação popular é vista como algo positivo para mudar a situação atual. O voto é tido como um elemento muito importante, que exerce grande influência no jogo político e pode possibilitar a esperada melhoria da situação do país.

Como têm por referência uma base de saber político muito escassa não souberam emitir opiniões sobre vários assuntos como direitos de cidadania, direitos humanos, socialismo, capitalismo, privatização, estatização, entre outros. Contudo, o fato de conhecer pouco os assuntos políticos não os impediu de formular opiniões sobre diversos problemas. Cometeram vários erros de *allodoxia* (utilização de palavras de forma indevida, atribuindo a elas significados muito diferentes dos corretamente definidos), mas não deixaram de tentar expressar os seus pontos de vista.

Embora apresentem uma visão negativa em relação aos políticos, não se tornaram céticos em relação à política. Acreditam que o voto pode mudar a situação e não abrem mão de utilizar esta arma para punir os políticos considerados ruins, traidores, desonestos, e para tentar colocar no poder alternativas melhores. Estas alternativas podem ser muito diferenciadas no espectro político-ideológico e partidário. Isto pouco importa para este tipo de eleitor, que, guiado por sua intuição e apoiado em idéias e valores heterogêneos como uma “colcha de retalhos”, escolhe ao estilo *bricoleur* candidatos politicamente díspares, situados em posições distintas ou opostas no jogo político.

Raízes da identificação

A escolha intuitiva se realiza por identificação com certo candidato. Esta identificação é estabelecida a partir de que critérios, imagens e valores? Quais elementos fundam esta identificação?

A identificação do eleitor intuitivo não está fortemente relacionada à idéia de pertencimento a um grupo (nós, os pobres) em oposição a outro grupo (eles, os ricos, os poderosos) indicada no estudo de Martinez-Alier e Boito Júnior (1978). Houve raras menções à preferência por candidatos comprometidos com “o que nós pensamos” e que “são nossos” (“daí decidi votar pro Olívio, pros nosso mesmo”; “votei pro Collares porque aquele ali era nosso mesmo”). De um modo geral, a identificação está associada à idéia do “melhor” ou a do “gosto”. As respostas “escolhi este candidato porque gostei dele” ou “porque ele era o melhor” nos dizem muito pouco. As razões indicadas para a justificação do gosto ou da qualificação positiva são, de um lado, muito heterogêneas, pois incluem desde vagas avaliações de desempenho (“fez um bom governo, um bom trabalho, agiu bem”), avaliações morais (“é honesto”, “ninguém tem nada contra ele”, “não é enganador”), políticas (“defende o povo”), até motivos pessoais idiossincráticos (situações particulares de decisão, contatos pessoais com o candidato, identificação com idéias ou ações pontuais, etc.); e, de outro lado, são muito instrumentais: o entrevistado responde que o político “fez muito pelo povo” porque acha que precisa dizer alguma coisa ao entrevistador e esta coisa é dita a partir do que o entrevistado considera aceitável e adequado como justificação política para uma entrevista. Justificativas instrumentais tendem a ser óbvias e vagas, quando correspondem aos elementos gerais conhecidos pelos entrevistados como politicamente aceitáveis. Ou específicas e heterogêneas, quando correspondem ao que os entrevistados pinçaram do discurso político e incorporaram a sua visão das coisas políticas.

Esse tipo de resposta nos remete ao obscuro terreno do gosto que o próprio entrevistado, muitas vezes, não se vê em condições de decifrar. Para Bourdieu, os gostos e as preferências (as distinções entre o que é bonito e feio, bom e ruim, em vários terrenos, inclusive no político) estão associados à formação escolar e às condições materiais de existência, expressando, assim, a posição na estrutura de classes da sociedade. As preferências políticas se diferenciam conforme o “ethos de classe”, um sistema de valores implícito que as pessoas interiorizam desde a infância, de modo pré-reflexivo, sem qualquer inculcação explícita, e a partir do qual produzem respostas a problemas diferentes. Os eleitores mais desprovidos de saber político são os que mais precisam recorrer aos esquemas de percepção do seu “ethos de classe” para produzir opiniões e tomar decisões políticas (BOURDIEU, 1979).

Por sua vez, os pesquisadores da escola de Michigan entendem que as atitudes, preferências e identificações políticas e partidárias formam-se cedo, através da socialização política, e são produto de um conjunto de fatores do background individual e de grupo do eleitor. Alguns destes fatores podem exercer maior ou menor influência dependendo de cada situação contextual. De um modo geral, a classe social é raramente considerada como fator-chave. Outras variáveis são mais valorizadas, especialmente os estímulos psicológicos e os níveis de escolaridade e de conceitualização do mundo político. Embora atribua maior importância aos sistemas de crenças e às motivações psicológicas, a escola de Michigan tende a explicar – como Bourdieu – as raízes da identificação e da preferência política como produto do contexto, isto é, do processo de socialização e das experiências de vida dos indivíduos e dos coletivos sociais (CAMPBELL, 1964; CONVERSE, 1964).

O contexto, as experiências, a formação escolar e familiar, a posição de classe, o saber político, as heranças culturais são, sem dúvida, elementos importantes para a estruturação de gostos, preferências e identificações. Mas são elementos contextualizadores que fornecem um mapa de quem é socialmente o eleitor, de como ele se situa na estrutura social, de sua formação, das influências que recebeu e de sua história de vida, mas não explicam precisamente as opções e decisões do sujeito. Neste tipo de explicação há, muitas vezes, o vício da circularidade. Qualquer influência recebida pode ser abarcada pelos conceitos de “ethos de classe” ou de “background” que, são muito amplos, explicam genericamente tudo, sem explicar precisamente nada. Eleitores com o mesmo “ethos de classe” ou com o mesmo “background” podem decidir o seu voto de modo diferente e podem se identificar com candidatos e partidos diferentes. E o que se observou nesta pesquisa: eleitores semelhantes do ponto de vista sócio-econômico, da formação escolar, do saber político, das experiências vividas, diferenciaram-se em relação à modalidade de decisão do voto (voto clientelista, partidário, intuitivo) e em relação aos candidatos e partidos escolhidos. Os eleitores intuitivos, que possuem características sócio-econômicas e informacionais similares, escolhem diferentes alternativas políticas a cada processo eleitoral. Se o contexto explicasse as preferências políticas, os eleitores intuitivos tenderiam a escolher os mesmos candidatos. A volubilidade e heterogeneidade do voto intuitivo sugerem que não há necessariamente correspondência entre as identificações do que é politicamente melhor e a posição de classe. Também não há correspondência entre as preferências e os sistemas de crenças, pouco estruturados e pouco coerentes, no caso de eleitores deste tipo, situados nos níveis inferiores da escala informacional.

Os elementos contextuais e as experiências de vida são importantes na medida que fornecem o universo de símbolos que serve de referência ao eleitor, mas as razões dos gostos, preferências e ações políticas e eleitorais situam-se na

esfera do sujeito. É o eleitor que seleciona neste amplo universo de símbolos alguns com os quais se identifica; é ele que extrai das experiências que viveu certos “ensinamentos” (sujeitos diferentes podem de uma experiência semelhante retirar lições cujos sentidos são opostos); e, é ele que pinça do conjunto de imagens que ele teve acesso aquelas que considera “belas”, “certas”, “boas” e “melhores”. É por isto que o eleitor que não ordena estas imagens e símbolos de uma forma racional, mas sim intuitiva, tende a montar “colchas de retalhos” ao invés de corpus ideológicos estruturados.

No caso da escolha intuitiva, a identificação é construída, instantaneamente, a partir das percepções acerca do candidato: “estava no bar vendo TV, foi só ver o Olívio falar e confirmei que era ele”; “o honesto a gente vê, tá no olhar da pessoa, no gesto, tá escrito”. Os eleitores recorrem às imagens e símbolos de sua experiência para, em um olhar, identificar instintivamente, intuitivamente o “melhor” a partir do que o candidato transmite no seu modo de falar, de olhar, de dizer coisas. Para esta identificação pouca importância tem o conteúdo do discurso do candidato, sendo muito mais importante a forma, os símbolos utilizados, as idéias-chave enfática ou repetidamente afirmadas, os atos que simbolizam estas idéias-chave, os gestos, o olhar, os aspectos visuais que se associam ao candidato. São estes elementos que os eleitores intuitivos guardam e sabem reproduzir quando conseguem justificar suas preferências.

O modo intuitivo de identificação e escolha política é muito singular: cada eleitor seleciona, pinça elementos e imagens do seu universo de símbolos e, em cada processo, o eleitor estabelece intuitivamente as identificações a partir dos elementos simbólicos selecionados. Frente a frustrações, situações agradáveis ou desagradáveis, novas experiências, os elementos selecionados podem mudar como um caleidoscópio. A montagem deste conjunto fragmentário, heterogêneo e variável de símbolos e imagens é feita de forma que lembra a linguagem do inconsciente, livremente associativa e fortemente simbólica. Inúmeras possibilidades de construção destes conjuntos de símbolos podem ser realizadas de acordo com as opções singulares do sujeito eleitor.

Trata-se, assim, de um tipo de identificação muito distinta daquela forte e durável indicada pela escola de Michigan, e também daquelas definidas por “consciência de classe” (tradição marxista) e por “ethos de classe” (uma espécie de inconsciente de classe sugerido por Bourdieu). A identificação realizada pelo eleitor intuitivo é variável, volátil e volúvel, é instantânea, não se define pelo contexto, mas por elementos retirados deste contexto de forma instintiva, elementos fragmentários também variáveis, utilizados pontualmente em cada singular escolha intuitiva.

Considerações finais

Há ainda muito para estudar sobre a modalidade de decisão eleitoral que estou chamando de escolha intuitiva. As primeiras impressões que alinhabei acima sugerem uma forma de decisão do voto que se diferencia marcadamente de outras formas encontradas nas teorias e tipologias da literatura sobre comportamento eleitoral.

Os eleitores intuitivos possuem características sócio-econômicas e informacionais similares aos eleitores objetiva e subjetivamente marginalizados, mas, diferentemente deles não se recusam a participar do jogo político e não abrem mão do seu direito de voto. Não aceitam delegar o seu voto, ou trocá-lo por benefícios pessoais imediatos, ao estilo do clientelismo tradicional. Embora votem em função do candidato e não do partido, não podem ser confundidos com os eleitores identificados com lideranças personalistas; os eleitores intuitivos não seguem passiva e mecanicamente determinadas lideranças, não estabelecem com elas qualquer tipo de relação de dependência, não são fiéis, mas são volúveis, escolhem em cada processo eleitoral alternativas diferentes.

A volubilidade e o modo individual de tomar decisões deste tipo de eleitor lembra a escolha racional orientada pela lógica do eleitor esclarecido calculador que escolhe candidatos e partidos como o consumidor escolhe produtos. Mas os eleitores intuitivos se diferenciam porque não utilizam cálculos racionais, nem propostas e programas dos partidos e candidatos. Não se valem, tampouco, para tomar suas decisões, de uma visão do mundo político estruturada. As suas idéias apresentam pouca inter-relação lógica e possuem traços idiossincráticos. As idéias pré-fabricadas que retiram do discurso político, as lições que retiram das suas experiências, as imagens e os símbolos que selecionam e pinçam do universo simbólico que tiveram acesso em sua história, formam um conjunto fragmentário, heterogêneo e variável de elementos como um caleidoscópio.

Para tomar suas decisões recorrem aos seus elementos naturais, primários, instintivos, utilizados para julgar as pessoas e as coisas no cotidiano. Recorrem à sua sensibilidade. Julgam e escolhem os candidatos, do mesmo modo que uma pessoa que não dispõe de conhecimentos estéticos e culturais avalia uma obra de arte. A partir das imagens e símbolos incorporados definem, instantaneamente, em um só olhar, suas preferências, identificações e escolhas. Não são identificações fortes e duráveis determinadas por elementos estruturais e contextuais, mas identificações momentâneas que se volatilizam, formadas intuitivamente a partir do quadro simbólico singular de cada eleitor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAQUERO, M. As eleições municipais de 1985. *Revista de Ciências Sociais*, IFCH-UFRGS, 1986.
- BOURDIEU, P. et al. *El oficio de sociólogo*. México: Siglo Veintiuno Editores, 1986.
- BOURDIEU, P. *La distinction*. Paris: Minuit, 1979.
- CAMPBELL, A. *The american voter*. New York: John Wiley and Sons, 1964.
- CONVERSE, P. E. The nature of belief systems on mass publics. In: APTER, D. (org.). *Ideology and discontent*. New York: The Free Press, 1964.
- ELSTER, J. et al. *Rational choice*. New York: New York University Press, 1986.
- HIMMELWEIT, H. T. et al. *How voters decide*. London: Academic Press Inc, 1981.
- HUSSERL, E. Investigaciones lógicas. *Rev. Occidente*, Madrid, 1967.
- JAGUARIBE, H. Política de clientela e política ideológica. *Digesto Econômico*, n. 68, 1950.
- KANT, E. *Crítica da razão pura*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1985.
- LAZARSFELD, P. et al. Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign. Chicago: The University of Chicago Press, 1966.
- LEAL, V. N. *Coronelismo, enxada e voto*. Rio de Janeiro: Florense, 1949.
- LIPSET, S. M. *O homem político*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.
- MARTINEZ-ALLIER, V.; BOITO JUNIOR, A. Enxada e voto. In: LAMOUNIER, B. (org.). *Os partidos e as eleições no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- MENEGUELLO, R. Partidos e tendências de comportamento: o cenário político em 1994. In: DAGNINO, E. (org.). *Os anos 90: política e sociedade no Brasil*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994.
- MUSZYNSKI, M. J. B. Os eleitores paulistanos em 1986: a marca do oposicionismo. In: SADEK, M. T. (org.). *Eleições 1986*. São Paulo: Vértice/IDESP, 1989.

MUSZYNSKI, M. J. B.; MENDES, A. M. T. Democratização e opinião pública no Brasil. In: LAMOUNIER, B. *De Geisel a Collor: o balanço da transição*. São Paulo: Sumar/IDESP, 1990.

PIZZORNO, A. Introduccion al estudio de la participacion politica. In: PIZZORNO, A.; KAPLAN, M.; CASTELLS, M. *Participacion y cambio social en la problematica contemporanea*. Buenos Aires: Ed. S.I.A.P., 1976.

REIS, F. W. Classe social e opção partidária: as eleições de 1976 em Juiz de Fora. In: REIS, F. W. (org.). *Os partidos e o Regime: a lógica do processo eleitoral brasileiro*. São Paulo: Símbolo, 1978.

S. TOMÁS DE AQUINO. Summa Theológica. *Os Pensadores*. São Paulo: Abril, 1973.

SILVEIRA, F. E. *As tendências do voto em Porto Alegre*. 1988.

SINGER, A. Collor na periferia: a volta por cima do populismo? In: LAMOUNIER, B. *De Geisel a Collor: o balanço da transição*. São Paulo: Ed. Sumar/IDESP, 1990.

VIANNA, O. *Problemas de política objetiva*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1930.

Opinião pública, intencionalidade e voto

Rubens Figueiredo

Diretor do CEPAC – Centro de Pesquisa,
Análise e Comunicação

Resumo

O autor apresenta os resultados do 'Projeto Leader', uma pesquisa para identificar o perfil ideal do candidato presidencial na eleição brasileira de 1994. O artigo analisa o impacto do plano Real sobre o processo eleitoral.

Palavras-chave: perfil do candidato, plano econômico, eleição presidencial

Abstract

The author presents the results of the 'Leader Project', a research project to identify the ideal profile of the 1994 Brazilian presidential candidate. The article analyses the impact of the economic plan – Plano Real on the electoral process.

Keywords: candidate profile, economic plan, presidential election

Eleições e pesquisas

Em nenhuma eleição brasileira falou-se tanto em pesquisa quanto em 1994. Não houve candidato importante que, no decorrer da campanha, não tivesse feito referência a algum levantamento, seja para mostrar suas chances (quando se está na frente ou em ascensão), seja para criticar os resultados (quando se amarga os piores lugares). Não seria uma má definição para as eleições modernas: são aquelas onde o político tem um olho no eleitor e outro nos resultados da pesquisa.

Criou-se, na mídia e na sociedade em geral um grande interesse pelas pesquisas eleitorais. Esse interesse culminou com uma matéria de capa da Revista Veja, o mais importante semanário nacional, onde pela primeira vez o grande público entrou em contato com as técnicas de pesquisa qualitativa, conhecidas apenas pela “entourage” mais próxima aos candidatos. Na semana do pleito, a mesma revista trazia uma matéria com uma pesquisa exclusiva, dizendo o que os brasileiros queriam (ordem, continuidade e prudência) e o que não queriam (salvador da pátria, pacotes e escândalos) naquele momento. Aumentou-se a curiosidade sobre as técnicas e metodologias e, embora tenham havido problemas em alguns Estados (Sergipe, Maranhão, Bahia, Minas Gerais e Espírito Santo foram os mais notáveis), as pesquisas sobre a eleição presidencial – mais divulgadas e mais comentadas – acertaram em cheio. O jornal A Folha de S. Paulo passou a publicar uma coluna chamada “o número do dia”, onde os jornalistas José Roberto de Toledo e Andrew Greenlees, analisando de modo mais sofisticado as pesquisas, assinalavam as variações que mais lhes chamavam a atenção. Com isso, os leitores entravam com outras nuances das pesquisas, além das estratificações e comentários convencionais.

O fato é que levantamentos de intenção e motivação de voto passaram a fazer parte integrante das campanhas eleitorais modernas. Tanto é assim que é difícil imaginar como seria uma eleição caso eles não existissem. O que aconteceria, por exemplo, se um determinado candidato à presidência da República aumentasse subitamente seus índices de intenção de voto – e ninguém ficasse sabendo? Ou, por outra, se apenas os candidatos e seu “staff” tivessem a informação? Fica complicado pensar numa campanha onde tudo acontecesse, por assim dizer, no escuro. Hoje, a pesquisa é uma fonte de informação para o eleitor como qualquer outra e está demonstrado que a influência de sua divulgação sobre o eleitorado é muito relativa.

O objetivo desse artigo é analisar, tendo como base as pesquisas disponíveis, o que aconteceu nas eleições de 1994, no que se refere à sucessão presidencial. O interesse é o de captar avaliações da opinião pública que não se restrinjam exclusivamente a aspectos de curto prazo, ligados especificamente à conjuntura eleitoral e à campanha propriamente dita. A idéia subjacente é a de que existem grandes movimentos de opinião, perfeitamente identificáveis nas pesquisas, que projetam não apenas o perfil do candidato ideal, mas também indicam a possibilidade de cada candidato no processo eleitoral e mostram as perspectivas da dinâmica eleitoral.

Um dos aspectos mais fascinantes da Ciência Política é tentar estabelecer, em fenômenos complexos como uma campanha eleitoral o que é contexto (em outros tempos seria politicamente mais correto dizer “condições objetivas”) e o que é ação intencional. Em outras palavras, é uma tarefa instigante procurar definir, no curso dos fenômenos sociais, o que é ação intencional dos sujeitos, qual o resultado dessa intencionalidade – nem sempre ações racionais carregadas de intencionalidade produzem os efeitos desejados – ¹ como os outros atores reagem e como se definiu a situação sobre a qual as ações de vários sujeitos se desenvolveram.

O artigo está dividido em quatro partes. Na primeira, estão feitos comentários sobre o contexto político-social no qual a campanha se desenvolveu, tendo como contraponto as eleições presidenciais de 1989 e como pano de fundo as pesquisas de opinião pública. O objetivo é justamente tentar captar o clima de opinião e de que maneira ele evoluía. Na segunda, estão comentados alguns aspectos do “Projeto Leader”, um tipo peculiar de pesquisa que tem como objetivo definir o perfil do candidato ideal. Aqui, a idéia é verificar como as características pessoais dos candidatos (na verdade, a imagem que eles projetam) se enquadram ou não no conjunto de anseios e expectativas que animam os movimentos de opinião mais profundos da sociedade. A terceira parte analisa o impacto do Plano Real sobre o eleitorado, principalmente verificando o perfil do eleitor que mais foi influenciado pelo Plano, e a distribuição dos votos de Fernando Henrique Cardoso, em comparação com o perfil da votação de Lula, baseado na estratificação por grau de instrução. Na última parte, a conclusão.

¹ Sobre esse aspecto ver Boudon (1979).

O contexto e o “timing”

As eleições presidenciais de 1994 tiveram características substancialmente diferentes das eleições de 1989. O primeiro ponto a ser considerado se refere ao clima reinante na opinião pública nos dois momentos. Em 1989, existia entre os brasileiros um clima de profundo desalento, desesperança e desconfiança. Empresários, partidos e políticos – tudo aquilo que estava vinculado ao “status quo”, portanto – eram rejeitados pela sociedade. Todos acreditavam que o governo funcionava num esquema de corrupção generalizada. A sucessão de planos econômicos que não deram resultados e que tinham, à medida em que eram aplicados, um impacto menor na economia e nos humores da opinião pública (Cruzado, Cruzado II, Bresser e Verão) tirava a capacidade de iniciativa do governo, que gozava de grande descrédito.

Várias pesquisas realizadas naquele momento mensuravam e ratificavam a existência desse clima de “baixo astral”. A administração José Sarney era mal avaliada (ver Tabela 1), e considerada “péssima” por quase metade dos brasileiros. Na impossibilidade de lançar novas medidas de impacto, o governo adotara, na gestão Maílson da Nóbrega, então Ministro da Fazenda a estratégia do “arroz com feijão”, com a indexação generalizada da economia. Essa estratégia, que indicava claramente a falta de alternativas em função do desgaste dos insucessos anteriores, quase levou a inflação a uma marca inédita de três dígitos mensais.

Tabela 1
Avaliação do governo José Sarney

Ótima	2%
Boa	6%
Regular	28%
Ruim	14%
Péssima	47%
Não sabe/ não opinou	2%

Fonte: IBOPE, 22 a 26/10/1989, 2680 entrevistas com eleitores do Brasil.

Um quadro dessa natureza criou a seguinte situação: um candidato, para ter chances, era preciso ser da oposição. O interessante, naquele momento, era ser “do contra”: os principais postulantes se digladiavam para mostrar, além de seus planos, quem era mais oposição a José Sarney. Não por acaso, Collor se posicionou o tempo todo como o anti-Sarney e Lula apresentava o oposicionista mais sistemático e empedernido ao regime. Era “politicamente correto” atacar o governo, era “in” dizer que tudo ia mal e que nada servia para nada.

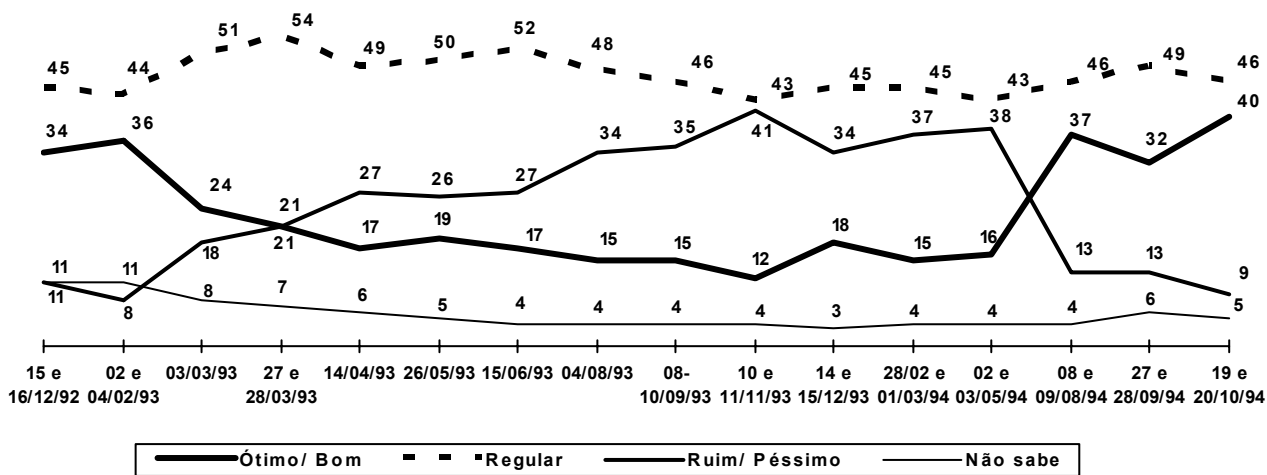
Talvez a imagem mais emblemática do estado de espírito que animava a sociedade naquele momento fosse um esquete apresentado na campanha de Paulo Maluf, candidato pelo então PDS. Nesse esquete, aparecia um homem vestido de preto descendo uma escada escura chutando diversas latas, nas quais estava escrito “corrupção”, “incompetência”, “inflação” etc. Essa simbologia sinalizava para uma sociedade onde tudo estava errado – e que era preciso ser transformada mais ou menos na base de ponta-pés. Não foi por acaso que o discurso de Collor, que falava em mudar tudo com “ypons” e “único tiro”, teve tanta ressonância.

Com Itamar Franco, a situação foi completamente diferente. A verdade é que foi estabelecido um “timing” – com graus de intencionalidade variáveis, que aumentou consideravelmente depois da concepção e gradual implementação do Plano Real – de ações no qual o governo conseguiu controlar a agenda sucessória, tomando a iniciativa e comandando o jogo político. Durante muito tempo, Itamar Franco vinha passando para a opinião pública uma imagem de hesitação e de inação. A inflação subia mês a mês – e a impressão que se tinha era de que o governo não tomava nenhuma providência. Os ministros se sucediam e nada de mais incisivo acontecia no plano da política econômica. No Gráfico 1 é possível verificar a evolução da avaliação da administração Itamar Franco ao longo do tempo. Ao contrário de Sarney, Itamar tinha uma avaliação preponderantemente positiva – e em ascensão – de setembro para outubro, em função do sucesso da implementação do Real como moeda.

O período de hesitação e de inação inicial criou, paradoxalmente, uma reserva de confiança em relação ao presidente da República. Itamar Franco assumiu a Presidência em condições especialíssimas, depois de um processo de “impeachment” inédito na história mundial. Poderia angariar rapidamente a aprovação da opinião pública, caso procurasse representar o anti-Collor e passasse a empunhar as bandeiras da punição e da moralidade. Ao invés, preferiu manter o “low profile”, evitando, inclusive, se posicionar como presidente da República antes que Collor fosse definitivamente afastado. Itamar assumiu o governo num dos momentos mais críticos da história do país – e não deu maiores satisfações à sociedade sobre o que pretendia fazer na presidência.

Pesquisas realizadas em outubro de 1992 pelo IBOPE davam bem uma idéia da expectativa da opinião pública em relação ao desempenho do governo Itamar Franco. Naquele momento, o ceticismo era generalizado. Tudo se passava como se a sociedade tivesse voltado, rapidamente, ao clima existente no final do governo Sarney. A maioria acreditava que os problemas mais graves do país ficariam do mesmo jeito ou até piores. De modo semelhante, pesquisa realizada em novembro do mesmo ano mostrava uma expectativa em relação ao desempenho de Itamar Franco predominantemente regular, em grande parte porque não era considerado um governo de ruptura em relação ao governo Collor (ver Tabelas 2 e 3).

Gráfico 1
Avaliação da administração Itamar Franco



Fonte : Datafolha

Tabela 2
Porcentagem de brasileiros que acreditavam que os problemas ficariam mais graves ou continuariam iguais

inflação	65%
corrupção	62%
gastos do governo	51%
desemprego	44%

Fonte: IBOPE, 16 a 18/10/1992, 1217 entrevistas com eleitores do Brasil.

Tabela 3
Expectativa em relação à atuação de Itamar Franco

ótima	8%
boa	27%
regular	37%
ruim	5%
péssima	6%
não sabe/ não opinou	18%

Fonte: IBOPE, 3a 8/11/1992, 3650 entrevistas a eleitores do Brasil.

Todo governo que começa – e principalmente aqueles que sucedem administrações ruins – gera na sociedade uma expectativa favorável em relação ao seu desempenho. Isso aconteceu com Sarney, primeiro presidente civil depois de 20 anos, e com Collor, presidente eleito com muitas promessas. Com Itamar Franco, as coisas não se passaram dessa maneira. Seja pela personalidade contida do presidente que assumia, seja pela profunda decepção da opinião pública em relação a Collor, o fato é que todos acreditavam que Itamar seria, no máximo, um presidente apenas regular.

O primeiro ano do governo Itamar Franco não foi capaz de reverter essa expectativa. Ao contrário, a sucessão de ministros da Fazenda e a não resolução dos problemas econômicos pioravam cada vez mais a avaliação do governo. Em novembro de 1993, Itamar apresentava os piores índices de aprovação da sua administração, aproximando-se perigosamente do patamar atingido por Sarney em outubro de 1989. Segundo o Instituto de Pesquisa Datafolha (ver Gráfico 1), Itamar tinha, naquele momento, apenas 12% de avaliações “ótimo” e “bom”, contra 43% de avaliações “regulares” e 41% de “ruim” e de “péssima”.

Ao convidar Fernando Henrique Cardoso para assumir o Ministério da Fazenda, Itamar Franco deu uma guinada qualitativa no seu governo. A partir daquele momento, a eleição começou a ganhar racionalidade do ponto de vista do governo, pois um dos candidatos em potencial passou a ter condições de alterar um estado de coisas que beneficiava o favorito nas pesquisas². Homem de inegáveis qualidades pessoais, bem preparado e com trânsito em vários setores da sociedade, FHC começa a alinhar seu projeto, estabelecendo as condições para sua implementação. Começava a tentativa de equilibrar as contas do Estado, primeira fase do processo de estabilização econômica – chamado PAI (Plano de Ação Integrada) – que culminaria com a troca de moeda.

As propostas estabelecidas no PAI tinham poucas chances de empolgar a opinião pública. Várias pesquisas (ver Tabela 4) mostravam que, quanto mais ousados os planos econômicos, maiores os índices de aprovação da sociedade, ainda que eles não beneficiassem imediatamente a população (caso do Plano Collor). E o PAI não tinha “aplomb”. Tratava-se de um conjunto de medidas ortodoxas, incapazes de vencer uma inflação com grande componente inercial. O programa previa o corte de 6 bilhões de dólares nas despesas do governo e combate aos sonegadores. Prometia também sanear bancos oficiais, cobrar dívidas de estados e municípios e apressar o processo de privatização. Tudo muito bem comportado.

² Sobre o planejamento e o esforço de Fernando Henrique Cardoso e sua equipe para implementar o Plano Real, ver Dimenstein e Souza (1994).

Nessa fase, a opinião pública continuava cética. Embora se chegasse mais perto do equilíbrio fiscal, o fato é que os preços continuavam subindo. Permanecia, portanto, a idéia de um governo hesitante e inativo, perante uma sociedade que aprendera a conviver com medidas heróicas e planos mirabolantes. Implantou-se, então, a URV, um indexador universal e transitório que seria substituído, no momento adequado, pela nova moeda, o Real.

No período em que a URV viveu, os preços subiam quase diariamente em cruzeiros reais. Embora o salário também estivesse atrelado ao indexador, era óbvio que preço estável em URV significava preço subindo em cruzeiros reais, a moeda oficial até 1º de julho. E, na virada da moeda, houve um aumento generalizado nos preços, o que certamente não foi bem recebido pela opinião pública. Nessa fase do processo, no qual Fernando Henrique não era mais ministro, a opinião pública continuava cética.

Contudo, depois da troca da moeda, acabou a antipatia. O governo Itamar Franco, que até então não havia tentado nenhuma medida mais efetiva, jogou sua cartada decisiva na hora certa. Se de julho de 1989 em diante, a avaliação do presidente José Sarney só poderia piorar, a situação de Itamar Franco era inversa: da implementação do Real como moeda até a data das eleições, ele só poderia subir no conceito dos brasileiros. E foi exatamente o que aconteceu. Isso criava, em 94, uma alternativa impensável em 89: a possibilidade do “establishment” ter um candidato com chances de vitória.

Pesquisas do IBOPE mostravam a diferença do clima da opinião pública entre julho/agosto de 1989 e setembro de 1994. O grau de satisfação com o nível de vida mostrava-se muito maior em 1994, embora as alternativas fossem diferentes nas duas pesquisas. Se era bom ser da oposição em 1989, em 1994 o interessante era estar ligado ao governo que promovera a estabilização da economia.

Tabela 4
Grau de satisfação com a vida

	Julho/ agosto 1989	setembro 1994
muito satisfeito/ satisfeito	39%	66%
muito insatisfeito/ insatisfeito	40%	32%
nem satisfeito/ nem insatisfeito	20%	

Fonte: a) IBOPE, 21 a 26/07/1989, 3753 entrevistas a eleitores do Brasil;
b) IBOPE, 21 a 25/09/1994, 3000 entrevistas a eleitores do Brasil.

O Perfil

Em janeiro de 94, o CEPAC – Centro de Pesquisa, Análise e Comunicação realizou, pela segunda vez, um levantamento que convencionou chamar de “Projeto Leader”. Trata-se de um tipo peculiar de pesquisa, que tem como objetivo analisar, a partir dos levantamentos de opinião pública disponíveis, o quadro político do país, projetar o perfil ideal do futuro presidente da República e, dentre os nomes cogitados, verificar quais são os que têm mais condições de preencher as aspirações do eleitorado.

A primeira versão do “Projeto Leader” foi realizada no final de 1988. Com quase um ano de antecedência, foi possível chegar muito perto daquele que seria o perfil do candidato ideal, eleito em 1989. Segundo as análises realizadas, o candidato deveria ser jovem, identificado com o futuro, com retórica populista (“caçador de marajás” foi o mote escolhido), honesto e competente. Além disso, deveria ser um político desvinculado dos esquemas tradicionais e absolutamente sem ligações com a Nova República. Foi exatamente essa a imagem que Collor, tempos depois, procuraria passar – com absoluto sucesso – para os eleitores³.

A metodologia utilizada pelo “Projeto Leader” associa a análise de pesquisa quantitativa ao levantamento qualitativo, através da técnica de discussão em grupo⁴. Especialistas em análise política são recrutados e, a partir de um roteiro pré-elaborado, são estimulados a debater o tema da sucessão presidencial, auxiliados por um moderador. Os resultados das pesquisas quantitativas norteiam a análise, mas cada participante pode dar, também, sua opinião pessoal. A discussão é gravada, taquigrafada e analisada para se chegar a um relatório final.

Em outubro de 1993 (um ano antes das eleições presidenciais, portanto), tive a oportunidade de moderar a discussão que estabeleceu o perfil ideal do candidato a presidência da República. Participaram da reunião Ney Figueiredo (diretor do CEPAC e consultor político de entidades empresariais), Boris Casoy (SBT), Oliveiros S. Ferreira (O Estado de S. Paulo), José Roberto de Toledo (Folha de S. Paulo) e Ricardo Noblat (Correio Braziliense). No início dos trabalhos, foram comentadas diversas pesquisas, realizadas pelo IBOPE e pelo Datafolha. A partir daí, iniciaram-se as discussões⁵.

³ A íntegra do Projeto Leader I está publicada em Figueiredo e Figueiredo (1990).

⁴ Para maiores detalhes sobre as metodologias quantitativa e qualitativa ver Cavallari Nunes (1994) e Jordão (1994).

⁵ A íntegra do Projeto Leader 2 está publicada em Figueiredo (1994).

Depois da análise das discussões, surgiu o perfil do candidato ideal. Esse perfil era o seguinte:

- Candidato honesto, desvinculado dos esquemas políticos. A honestidade aparecia como uma característica eliminatória, em função principalmente do impacto causado pela CPI do orçamento.
- Imagem de autoridade e coragem para resolver os problemas da inflação, desemprego e miséria.
- Capacidade de aglutinação, em contraposição à estratégia usada por Collor em 1989, de que iria resolver os problemas do País sozinho.
- Capacidade de transmitir segurança, no sentido de projetar estabilidade para o futuro.
- Não há necessidade de ter grande experiência nem de ser um candidato novo.

Esse perfil não coincidia, na época em que o Projeto Leader foi realizado, com a imagem que projetava para a sociedade aquele que era o favorito nas pesquisas e permaneceria em primeiro lugar nos índices de intenção de voto até a troca do Cruzeiro Real pelo Real: o candidato do PT, Luiz Inácio Lula da Silva. Não é preciso fazer muito esforço para verificar que Lula, embora fosse considerado honesto e com autoridade e coragem para resolver os problemas da inflação, desemprego e miséria, não projetava estabilidade para o futuro para amplas parcelas da população brasileira. Além disso, o petista apresentava pouca capacidade de aglutinação – se ele aglutinava alguém, eram os inimigos contra si.

Embora o perfil do candidato ideal não fosse o de Lula, ele estava em primeiro lugar – e, em alguns momentos, muito à frente de seu principal adversário nas pesquisas: levantamento do Datafolha realizado nos dias 2 e 3 de maio de 1994 indicavam Lula com 42% das intenções de voto e FHC com 16%. Caso a eleição fosse realizada naquele instante, o candidato do PT venceria logo no primeiro turno. A pergunta é pertinente: se Lula não representava aquilo que o eleitorado queria, por que tinha essa dianteira enorme?

A explicação, aqui, é outra. O petista estava em primeiro lugar por uma conjunção de fatores. Em primeiro lugar, Lula estava em campanha há mais tempo e obtivera mais de 31 milhões de votos no segundo turno das eleições de 1989. Em segundo lugar, a situação do País não era das melhores, até meados de 94: a inflação era alta e a aprovação do presidente da República era muito baixa. O PT, como representante mais identificável da oposição, capitalizava o momento ruim da administração federal, aparecendo como uma alternativa viável aos olhos de parcelas significativas do eleitorado.

Além desses fatores, as peculiaridades da opinião pública brasileira e os acontecimentos recentes favoreciam o PT e seu candidato. Já defendi, em outra ocasião, a tese de que o brasileiro é ciclotímico: alternamos momentos de euforia com outros de profunda depressão⁶. Não é difícil lembrar esse vaivém de uns tempos para cá. À desesperança com Figueiredo, sobreveio a euforia com a Nova República e o Plano Cruzado. Com os ajustes promovidos pelo Cruzado 2, a euforia vira decepção. O otimismo, entretanto, volta novamente com Collor, que resolveria tudo da noite para o dia. Collor decepciona todos e vem novamente o otimismo com Itamar, via Fernando Henrique Cardoso.

O mesmo aconteceu com uma instituição fundamental para o funcionamento de uma democracia. Durante o processo de “impeachment”, o Congresso Nacional passou a interpretar efetivamente a vontade da sociedade e, com isso, ganhou uma maior credibilidade junto à opinião pública. Tanto isso era verdade que, em dezembro de 1992, as pesquisas mostravam que o eleitorado brasileiro preferia o parlamentarismo (28%) ao presidencialismo (21%), nas prévias do plebiscito que seria realizado em abril de 1993. Mas esse momento de recuperação de credibilidade do Congresso durou pouco. Logo depois, estourava o escândalo que desencadeou a CPI do Orçamento, e os heróis de antes se tornaram réus. Mais uma vez, houve uma alternância enorme na avaliação da opinião pública num curtíssimo espaço de tempo.

A exceção nesse verdadeiro caleidoscópio político-institucional era o PT, que aparecia como o único ponto de referência estável para o eleitorado. Por tomar posição inflexível a respeito de tudo, negar-se a fazer pacto com partidos maiores e ser oposição marcante aos Governos federais desde que surgiu, Lula e o PT significavam – e significam – um parâmetro importante na cena política. Numa sociedade onde tudo muda, o PT é como Minas Gerais: está onde sempre esteve.

Assim, embora Lula não tivesse o perfil do candidato ideal, cujo figurino ficava melhor em Fernando Henrique Cardoso, uma conjunção de fatores e circunstâncias especiais colocavam o petista em primeiro lugar nas pesquisas de intenção de voto. Vale lembrar, nesse sentido, que mesmo com inflação alta e com visíveis problemas para passar uma imagem de eficiência, o candidato tucano conseguia a preferência de 21% dos brasileiros em abril, exatamente por seu perfil adequar-se melhor às demandas do eleitorado. Com a implementação do Real, a realidade “encaixou-se” no perfil de FHC, fazendo-o vencedor já no primeiro turno.

⁶ Sobre as características da opinião pública brasileira ver Lamounier (1992).

Além do Projeto Leader, uma análise de Ney Figueiredo, do CEPAC, publicada no jornal O Estado de S. Paulo (06/02/94), em matéria da jornalista Ana Maria Tahan, trazia conclusões semelhantes ao perfil esboçado no Projeto Leader. A análise dizia que Lula poderia vencer a eleição, caso enfrentasse políticos tradicionais, como Sarney, ACM, Quéricia e Brizola. Mas teria dificuldade ao enfrentar políticos “novos”, com um perfil diferente do convencional, tais como Antonio Britto, Ciro Gomes, Jaime Lerner e Fernando Henrique Cardoso. Essa matéria gerou reações dos setores atingidos, mas o tempo provou que tanto as análises quanto a jornalista estavam corretas.

O Plano Real e o eleitorado de Fernando Henrique Cardoso

São conhecidas as influências que os planos econômicos exercem sobre a opinião pública brasileira. A experiência mais fascinante foi a do Plano Cruzado, de 1986, que reverteu totalmente a expectativa dos brasileiros e propiciou ao PMDB a vitória mais acachapante de sua história. O Cruzado foi implementado em fevereiro de 1986. Em novembro, mesmo fazendo água por todos os lados – com ágio, desabastecimento, maquiagem de mercadorias, preços subindo, polícia caçando boi no pasto e coisas do gênero –, influenciou decididamente os eleitores, que elegeram 22 governadores peemedebistas (a exceção foi Sergipe) e uma maioria, também do PMDB, no Congresso Constituinte.

A diferença do Plano Real em relação aos seus antecessores (Planos Cruzado, Bresser, Choque Verão e Collor) é que, enquanto nas tentativas anteriores os Planos já começavam no clímax – o grande momento era o congelamento de preços – para depois irem perdendo credibilidade, o Real começou no anticlímax, para atingir seu grande momento na troca da moeda. Aliás, esse nem foi o grande momento. A sociedade percebeu que o Real poderia dar certo quando a inflação continuou a abaixar após o primeiro mês do Plano. O brasileiro esperava pouco do governo Itamar Franco, mas ele superou todas as expectativas.

De agosto para setembro, a inflação caía ao mesmo tempo em que aumentava progressivamente a aprovação do Plano Real. Além disso, cada vez mais ele era identificado a Fernando Henrique Cardoso, que soube assumir com talento sua paternidade. Nesse sentido, a Tabela 5 mostra que, de todos os planos econômicos anteriormente implementados, foi o Real o único que teve sua aprovação aumentada à medida em que o tempo passava. Se em 1986, com o Cruzado piorando sua avaliação, o PMDB ganhou quase tudo, era de se imaginar o que aconteceria, no plano eleitoral, em relação ao Real, que subia progressivamente no conceito da opinião pública.

Tabela 5
Avaliação dos planos econômicos – % de avaliações positivas

Plano	expectativa	1º mês	2º mês	3º mês
Cruzado	-----	80	56	54
Bresser	20	7	11	9
Choque Verão	36	-----	13	6
Collor	56	51	38	25
Real	38 (maio 94)	72	77	-----

Fonte: Vários Institutos

A partir dos dados publicados na Revista do CESOP de Junho de 1994 – Ano II, n.3.

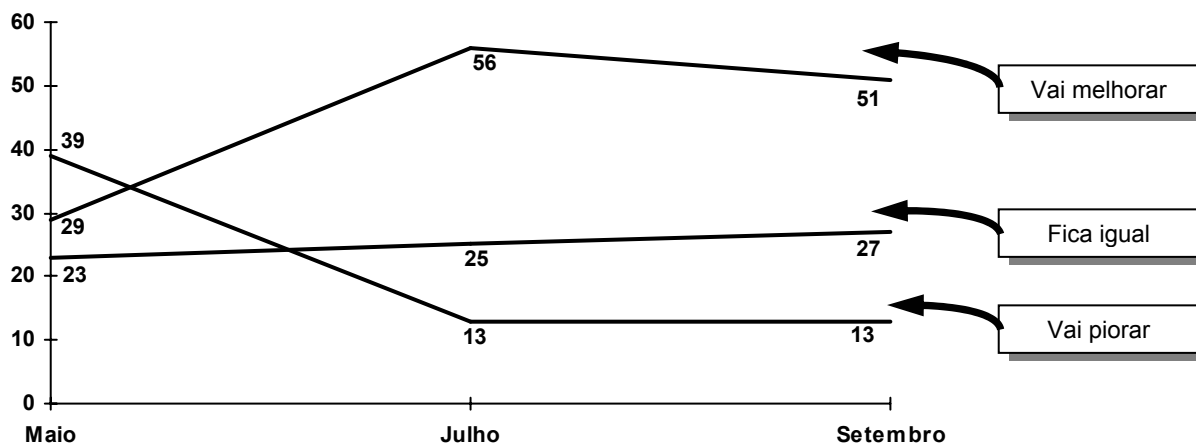
Além disso, aumentou também, de maio a setembro de 1994, o otimismo do brasileiro. A porcentagem de entrevistados que tinham uma expectativa positiva em relação ao futuro do Brasil aumentou de 29% em maio para 51%, em setembro, tendo como pico o mês de julho, quando foi trocada a moeda. Em contrapartida, a porcentagem de brasileiros que achavam que a situação iria piorar caiu de 39%, para 13%. Houve, portanto, uma verdadeira reversão de expectativas, com reflexos profundos nos índices de intenção de voto das principais candidaturas. Os dados estão no Gráfico 2.

Dessa forma, além de Fernando Henrique incorporar o perfil ideal definido pelos eleitores, ele também, passou a ser identificado como o maior responsável pela reversão da situação econômica, que provocava grande otimismo na opinião pública. Fernando Henrique conseguiu, intencionalmente (quer dizer, tendo em vista as eleições) implementar um Plano com dividendos eleitorais. Ao contrário de 1986, quando os candidatos peemedebistas foram beneficiários de um plano do qual não participaram da elaboração, Fernando Henrique foi capaz, ele próprio, de criar um contexto favorável à sua própria eleição, numa operação complicadíssima e muito arriscada. Quando deixou o Ministério da Fazenda para ser candidato, vários fatores pesavam contra ele: a instabilidade de Itamar, a complexidade e a dimensão da maior troca de padrão monetário já realizada, a oposição do PT no Congresso (a aprovação da Emenda Paim poderia por tudo a perder), a liderança de Lula nas pesquisas, a necessidade de aprovar o Fundo Social de Emergência, a aliança com o PFL e assim por diante. Como o próprio Fernando Henrique gosta de dizer, ele teve “virtù” para criar a “fortuna”.

A partir do momento em que o candidato tucano passou a projetar para a sociedade a característica mais importante do candidato ideal definida no Projeto Leader II – capacidade de transmitir segurança, no sentido de projetar estabilidade para o futuro –, ascendeu rapidamente nas pesquisas de intenção de voto. Levando-se em conta a estratificação por nível de instrução, verifica-se que a mudança mais acentuada aconteceu no segmento menos escolarizado, que representa o grosso do eleitorado e que foi mais susceptível ao impacto do Plano Real. Isso porque parcela significativa desse eleitorado não tinha acesso aos mecanismos de indexação. Para esses eleitores, o fim súbito da inflação representou um aumento ponderável no poder aquisitivo.

Na Tabela 6, é possível acompanhar o deslocamento do eleitorado brasileiro, de abril a setembro de 1994, em função da variável educacional. Percebe-se que, de abril a setembro, Fernando Henrique Cardoso cresceu em todos os segmentos. Mas foi exatamente entre os menos escolarizados que o deslocamento dos eleitores foi mais significativo. Ali, a diferença entre Fernando Henrique e Lula oscilou 46 pontos percentuais, contra 30 pontos entre os eleitores com 2º Grau e apenas 7 pontos entre os de nível superior.

Gráfico 2
Evolução da expectativa em relação ao futuro



Fonte: IBOPE, Publicado na Revista Veja, 28/09/94

Tabela 6
Evolução da intenção de voto em FHC e Lula em função do grau de escolaridade

		Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.
1º Grau	FHC	18	14	16	27	43	48
	Lula	36	40	42	31	22	20
2º Grau	FHC	24	25	25	34	49	47
	Lula	41	38	40	32	22	26
Superior	FHC	35	23	30	39	45	39
	Lula	35	42	37	33	28	32

Fonte: Datafolha, 4 e 5/04, 3908 entrevistas; 23 e 24/05, 3912 entrevistas; 09 a 13/06, 13017 entrevistas; 25 e 26/07, 14482 entrevistas; 29 e 30/08, 20382 entrevistas; 27 e 28/09/1994, 21292 entrevistas a eleitores de todo o Brasil.

Também foi no segmento menos escolarizado que o episódio Ricupero teve menos repercussão. Acontecido no princípio de setembro, as inconfidências do ex-ministro ao jornalista Carlos Monforte foram captadas por antenas parabólicas e viraram um problema para a candidatura Fernando Henrique. De agosto para setembro, a diferença de FHC para Lula diminuiu de 27 para 21%, no segmento com escolaridade até o 2º Grau e de 17 para 7%, nos segmentos mais escolarizados. Para esses eleitores, o escândalo teve repercussão e provocou expressiva variação de votos nos líderes da disputa. Vale dizer que a oscilação da diferença entre FHC e Lula, no segmento mais escolarizado, foi praticamente a mesma entre julho-agosto e agosto-setembro. Isso significa que, para a parcela mais instruída do eleitorado, o impacto da implementação do Real como moeda foi tão favorável a FHC quanto as inconfidências de Ricupero foram para Lula.

Entre os menos escolarizados, entretanto, o mesmo não ocorreu. Ao contrário, a diferença de Fernando Henrique Cardoso para Lula aumentou ainda mais de agosto para setembro, depois da conversa captada pela parabólica: passou de 21 para 28%. Mesmo assim FHC, ao contrário de Collor, que foi sendo progressivamente abandonado pelo eleitorado mais escolarizado à medida em que a campanha se desenvolvia, venceu Lula em todos os segmentos.

Conclusão

Quando em abril de 1989, Fernando Collor apareceu em primeiro lugar nas pesquisas de intenção de voto, havia já um caminho definido para se chegar a presidência da República. Bloqueado em sua capacidade de iniciativa, em função dos sucessivos fracassos, o governo Sarney estava na defensiva. Não havia chances de se reverter a situação econômica, reversão que traria consigo a mudança do clima de opinião e o aumento da possibilidade de se eleger um político ligado ao “status quo”. O interessante, naquele momento, era ser da oposição. Era o discurso da mudança e da reparação das injustiças que tinha, principalmente no eleitorado menos instruído, grande repercussão.

Uma das vertentes analíticas em voga nas ciências sociais modernas diz respeito à escolha racional⁷. A premissa fundamental nesse modelo é de que os indivíduos (no nosso caso, os candidatos à presidência da República), limitados por constrangimentos estruturais que devem ser explicitados na análise (aqui, deu-se mais importância aos humores da opinião pública), atuam de forma racional, escolhendo cursos de ação compatíveis com seus objetivos. No caso de Collor, a realidade – ou os “constrangimentos estruturais” – indicava para um curso de ação voltada para a crítica ao governo Sarney e à promessa de mudanças, tudo isso temperado por uma simbologia para se atingir os eleitores (da qual a história do “caçador de marajás” era ponto basilar).

É evidente que os candidatos à presidência, ao se posicionarem diante de seus eleitores, tentam, em alguma medida, atingir a racionalidade que define o voto deles, eleitores⁸. Grosso modo, é possível afirmar que, num determinado momento, o eleitorado tem um conjunto de preocupações e anseios que são captados nas pesquisas de opinião, o candidato que melhor se posiciona em relação a essas preocupações e a esses anseios, passando para a sociedade a idéia de que vai resolver os problemas e satisfazer as expectativas, sem entrar em contradição com o seu passado, tem mais chances de ganhar a eleição.

No caso de Fernando Henrique Cardoso, o que aconteceu foi uma mudança drástica na realidade, os tais dos “constrangimentos estruturais” aos quais se fez referência acima. Embora, como se disse, Fernando Henrique tivesse um perfil mais adequado àquilo que os brasileiros queriam, a implementação do Real acelerou o processo – e parcelas significativas do eleitorado passaram a optar pelo candidato tucano. Um dos grandes anseios do eleitorado era ter como candidato alguém que projetasse estabilidade para o futuro, algo que não se identifica com o perfil de

⁷ Essa perspectiva analítica reúne contribuições de um grupo importante de autores, entre os quais se destacam Jon Elster, Adam Przeworski e Clauss Offe.

⁸ A idéia de que o voto é racionalmente definido é um dos “approaches” possíveis. Para comparar as diferentes abordagens, ver o excelente estudo de Figueiredo (1990).

Lula. Com a queda abrupta da inflação e a reversão do clima da opinião pública, Fernando Henrique passou a ser o candidato ideal.

A grande diferença dessa eleição foi que Fernando Henrique teve condições para isso e soube alterar a realidade. Ele não agiu passivamente dentro de um contexto que não tinha nenhum poder para alterar. Quando assumiu o Ministério da Fazenda, recebeu de Itamar Franco uma herança pesada, mas também uma expectativa favorável da sociedade. Itamar não havia tentado nada de impacto até Fernando Henrique assumir. Essa reserva de credibilidade, aliada à respeitabilidade do ministro que assumiu, permitiu que ele, com talento, conseguisse transformar a realidade em algo que pudesse beneficiá-lo. Era, como se disse, uma operação de alto risco – e FHC saiu-se muito bem.

É difícil tentar identificar, “ex post facto”, qual teria sido a dinâmica da eleição se a reação do PT em relação à implementação ao Plano Real tivesse sido diferente. As avaliações catastróficas de alguns economistas petistas, que afirmavam que o Plano não se sustentaria por muito tempo, levou o partido a posicionamentos equivocados. Ao optar, num primeiro momento, em atacar o Plano, Lula angariou antipatias. Depois, com a aprovação do Real aumentando, o PT resolveu apoiar o Plano e reclamar de aumentos salariais, passando uma idéia de artificialismo oportunista. A grande verdade é que o PT estava preparado para concorrer em um contexto semelhante a 1989, onde o desânimo generalizado da população e os baixos índices de aprovação do presidente só tornavam favoritos os candidatos identificados com a crítica e a mudança. Com otimismo, altos índices de aprovação do presidente e aumento de poder de compra da população, Lula ficou sem discurso. No confronto entre um candidato que fazia o perfil ideal e representava a continuidade em relação a uma situação satisfatória e outro que, além de não fazer o perfil, queria mudar o que estava dando certo, o resultado não poderia ser outro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOUDON, R. *Efeitos perversos e ordem social*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

CAVALLARI NUNES, M. Pesquisas quantitativas: o império dos números. In: FIGUEIREDO, R.; MALIN, M. *A conquista do voto – como agem os especialistas nas campanhas eleitorais*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

DIMENSTEIN, G.; SOUZA, J. *A história real – trama de uma sucessão*. São Paulo: Ática/Folha de São Paulo, 1994.

FIGUEIREDO, M. *As razões do voto*. ANPOCS, 1990.

FIGUEIREDO, N. L. *Jogando para ganhar – marketing político: verdade e mito*. São Paulo: Geração, 1994.

FIGUEIREDO, N. L.; FIGUEIREDO JR., J. R. L. *Como ganhar uma eleição*. São Paulo: Cultura, 1990.

JORDÃO, F. P. O uso de pesquisas qualitativas em eleições. In: FIGUEIREDO, R.; MALIN, M. *A conquista do voto – como agem os especialistas nas campanhas eleitorais*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

LAMOUNIER, B. (org). *Ouvindo o Brasil – uma análise da opinião pública brasileira hoje*. São Paulo: Sumaré/IRS, 1992.

