

O CLIENTELISMO ELEITORAL E A ESTRATÉGIA DO VOTO PERSONALISTA ENTRE A POPULAÇÃO ELEITORAL DE SANTA MARIA NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2004.

Dantro Guevedo, Luis Gustavo Mello Grohmann (orient.) (UFMS).

O voto personalista, um tema que vêm ganhando destaque em meio às diversas linhas de pesquisas das Ciências Sociais, inclusive no cenário político, é uma forma de expressão eleitoral frequentemente associada a uma certa degeneração do processo eleitoral, nos termos da qualidade da representação política. Os objetivos dessa pesquisa são 1) descobrir quais são os principais critérios e estratégias que caracterizam as escolhas eleitorais centradas em variáveis personalistas, 2) verificar se a ocorrência desse tipo de estratégia de escolha é predominante entre a população eleitoral de Santa Maria, e 3) explorar o pressuposto de que as relações de clientelismo entre candidatos e eleitores, possíveis somente devido à existência de um fluxo de recursos e benefícios econômicos inerente ao processo eleitoral, representam o mais relevante fator explicativo para a frequência do voto personalista. Como o conhecimento das estratégias de escolha eleitoral depende do entendimento do "processo de tomada de decisão", as etapas iniciais desse estudo concentram-se em análises dedutivas, com base na bibliografia das teorias da *rational choice* e teorias sobre cultura política. Em etapas subsequentes são realizados trabalhos de campo, entrevistas, e o uso de instrumentos de aferição no qual são arrolados as variáveis e atributos que permitam verificar o nível de personalismo nesse município. Por fim, conhecido os índices, o perfil do eleitor e as estratégias de escolha personalistas, é desenvolvida uma argumentação que destaca as semelhanças entre as relações de candidatos e eleitores e as relações micro-economias, na qual o personalismo seria a expressão de uma estratégia razoável e auto-interessada de escolha daquelas opções vantajosas que proporcionam benefícios a curto aos eleitores.