



PESQUISA INFLUENCIA VOTO?

Quantas vezes você se perguntou se as pesquisas de intenção de voto tinham alguma, pouca ou muita influência sobre a escolha do eleitor brasileiro na hora de votar? Ou, quantas vezes você ficou indignado, pensando no quanto uma pesquisa dessas poderia mudar o rumo de uma eleição? Mas será mesmo que as pesquisas eleitorais são capazes de influir no voto? E, se isso for verdadei-

ro, que efeito pode ter no processo democrático brasileiro? Essas perguntas têm respostas efetivas. No Debates deste mês, o Jornal da Universidade procurou a palavra de dois professores do Departamento de Ciência Política do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UFRGS. A professora Céli Regina Jardim Pinto é direta na resposta. Ela acha que as pesquisas de intenção de voto

influenciam, sim, o eleitor, e que isso é bom para ele. E vai além: ter medo de qualquer tipo de influência no voto do eleitor seria uma atitude elitista. Céli não acredita que as pesquisas possam levar o eleitor a votar no candidato que estiver em primeiro lugar na intenção de voto.

Por seu turno, o professor Benedito Tadeu César diz que são inúmeros os condi-

cionantes do voto, mas conclui que, ao contrário do que muitos crêem, nem o eleitor brasileiro é mais subdesenvolvido que os eleitores dos demais países, nem as pesquisas de intenção de voto têm tanto peso na definição do voto dos brasileiros. Mas ambos consideram que as pesquisas eleitorais são uma fonte importante de informação para o eleitor.

Essa influência é boa para o processo democrático

Céli Regina Jardim Pinto

Professora do Departamento de Ciência Política do IFCH

Sim, a pesquisa eleitoral influencia o voto e isto é bom para o eleitor, para os candidatos e para o processo democrático. O medo de qualquer tipo de influência no voto do eleitor brasileiro está relacionado a duas posições: a primeira diz respeito aos preconceitos elitistas que o senso comum tem em relação ao povo; a segunda concerne à construção imaginária de um eleitor perfeito votando em um candidato perfeito. Como decorrência disto, cria-se a ilusão de que no dia em que homens e mulheres probos forem eleitos por eleitores conscientes e capazes de avaliar com total independência todos os candidatos para eleger o melhor, estaremos frente a uma democracia perfeita. Mas isto é um grande equívoco, pois tal situação, no limite, pode levar a que todos encontrem o mesmo candidato para votarem e poderemos estar não vivendo o momento áureo do processo democrático, mas uma situação de engodo, ou até um ensaio de totalitarismo.

Defender a idéia de que as pesquisas eleitorais são malélicas porque influenciam o voto é partir de uma postura elitista que pretende proteger um eleitor indefeso, que não saberia votar. Infantiliza-se o eleitor e este é um outro problemático erro. Após o processo de redemocratização, o eleitor brasileiro mostrou surpreendente maturidade, para um povo que viveu 25 anos de regime militar. Ele comparece maciçamente às urnas, um número significativo assiste ao programa eleitoral gratuito e, apesar da campanha contra feita pelos grandes órgãos de imprensa, promove uma salutar alternância nos altos cargos executivos. O eleitor tem feito sua parte e culpá-lo pela corrupção endêmica das elites governantes deste país é, no mínimo, uma grande injustiça.

Se o argumento acima faz sentido, outra questão que se coloca é a da natureza da influência. Poder-se-ia dizer que o eleitor vota a partir de uma cesta de influências que comporta: influências partidárias, ideológicas, familiares, de amigos, de igrejas, de colegas de trabalho, de ídolos de televisão, do programa eleitoral, da internet, das leituras, de interpretações das notícias e da pesquisa eleitoral, entre outras. O peso de cada uma delas e a forma como serão recebidas e processadas pelos eleitores varia enormemente, mas, *grosso modo*, podemos dividi-las em dois grupos. O primeiro envolve influência por razões de confiança e relações interpessoais: "voto neste partido porque é o de minha família" ou "voto no candidato X porque Y vai votar nele e eu confio em Y". Um segundo grupo é o que deriva da informação, e a pesquisa eleitoral é um tipo de informação importante para o eleitor, pois quanto mais bem informado ele estiver, maior será a possibilidade de ser influenciado por questões mais concretas e reais e menos emocionais e pessoais. E quando se fala em informação é importante ter presente que não se está pensando que há uma informação correta que seria a boa informação, mas que a boa informação é o máximo de informação

Culpar o eleitor pela corrupção das elites governantes é uma grande injustiça; ele tem feito a sua parte

possível. Isto poderá confundir o eleitor? Certamente, mas este é um risco que a democracia não pode deixar de correr.

A crítica mais comum à influência das pesquisas eleitorais refere-se a fato de que o eleitor teria a tendência a votar em quem aparecer nos primeiros lugares. Muitos exemplos contrariam esta idéia. A surpreendente vitória de Rigotto para o governo do Rio Grande do Sul em 2002, que começou nas pesquisas com pouco mais de 3%, talvez seja o mais contundente. Mas vale examinar, ainda que rapidamente, as pesquisas eleitorais de 2002 para a Presidência da República: em julho daquele ano o Instituto Datafolha publica pesquisa em que Lula tem 33% dos votos e Serra 16%, mas o que chama a atenção é o crescimento de Ciro Gomes, que aparece com 28% dos votos, em uma trajetória ascendente. Neste momento, ele não só ameaça seriamente Serra como candidato ao segundo turno, mas a própria liderança de Lula. Depois de dois meses de campanha e de muitas pesquisas, a curva ascendente de Ciro muda completamente e a pesquisa divulgada em setembro pelo mesmo instituto aponta Lula com 44%, Serra com 19% e Ciro com 13%, menos da metade das intenções de voto da pesquisa de julho.

Portanto, cabe desmistificar a pesquisa eleitoral. Ela é uma informação entre outras e é muito bem-vinda. Quanto à influência esta também é uma entre muitas e, como tal, deve servir para ser contraposta a outras. ■

Na hora de votar, o brasileiro não é subdesenvolvido

Benedito Tadeu César

Professor do Departamento e do PPG em Ciência Política

São inúmeros os condicionantes do voto e há uma imensa literatura acadêmica sobre o tema, que não aponta, entretanto, um fator explicativo capaz de dar conta, cabalmente, da questão.

No Brasil, o conhecimento vulgar, parcela expressiva da imprensa e, ainda, muitos analistas pseudo-especializados têm se esmerado em afirmar que assistimos a algo que se convencionou chamar de "subdesenvolvimento do voto". Ou seja, que nossos eleitores são movidos por sentimentos e posicionamentos irracionais em escala mais acentuada do que nos países de democracia avançada.

Os curtos períodos democráticos, que impediram a consolidação de identidades partidárias sólidas entre nós, a desigualdade de renda e a miséria, com a consequente baixa escolaridade e o reduzido acesso às fontes de informação, teriam produzido um eleitorado que se move muito mais por sentimentos e impulsos do que por avaliações racionais.

Neste universo, as pesquisas eleitorais teriam força decisiva na formação do voto do eleitor médio. Movido pela emoção, desejoso de "não perder o voto", tal eleitor seria presa fácil das pesquisas de intenção de voto, pois tenderia a votar, com certa facilidade, no(s) candidato(s) com maior chance de vencer o(s) pleito(s).

As pesquisas acadêmicas consequentes têm evidenciado, no entanto, que nem o eleitor brasileiro é mais "subdesenvolvido" do que os demais nem as pesquisas de intenção de voto têm peso determinante na definição do voto dos eleitores no país ou alhures.

O eleitor muito bem informado, essencialmente racional e sofisticado na definição de seu voto é figura quase de ficção, tanto no Brasil quanto nos países

O eleitor muito bem informado é figura quase de ficção, tanto no Brasil quanto nos países de democracia consolidada

de democracia consolidada. Não ultrapassa os 25%, em parte alguma do mundo democrático. A maior parte dos eleitores, não dispondo de recursos e de tempo para uma avaliação sistemática e exaustiva dos fatos políticos, tende a simplificar sua atuação, utilizando-se de atalhos para a definição de seu voto.

Esses "atalhos" sintetizam análises, reduzindo seu custo. Tratam-se das opiniões de pessoas confiáveis, que podem ser desde meros conhecidos a analistas políticos de renome; a satisfação do próprio eleitor com o desempenho do governo e com a situação econômica do país; a imagem do(s) candidato(s) e de seu(s) partido(s), envolvendo fatores como honestidade, credibilidade e competência.

As pesquisas eleitorais são uma fonte importante de informação sintética. Elas permitem ao eleitor identificar, com extrema facilidade, o grau de confiabilidade conquistado pelo(s) candidato(s) frente ao conjunto do eleitorado. Além disso, quando honestas, elas possibilitam avaliar, com uma margem considerável de segurança, a chance de um candidato se eleger, permitindo ao eleitor engrossar a coluna de seus votantes, em caso de concordância com a opinião geral, ou, em caso de discordância, (re)direcionar seu voto para um adversário que, independente de constituir uma escolha prioritária, tenha condições de impedir a vitória do candidato considerado favorito até ali.

As pesquisas de intenção de voto dotam o eleitor de melhores condições para a definição de seu voto e exatamente por isso, como todos os instrumentos de campanha eleitoral, devem também ser submetidas a regulamentações e restrições. Proibi-las, no entanto, às vésperas das eleições, como prevê medida já aprovada na Câmara Federal e agora em trâmite ao Senado, privará o eleitor de informações seguras sobre as variações nas intenções de voto e abrirá margem para as especulações e as distorções. As pesquisas continuarão a ser realizadas e, já que estarão impedidas de ser divulgadas de acordo com as normas legais, serão, muito provavelmente, "vazadas" conforme os interesses particulares e nem sempre transparentes de candidatos, partidos, empresas de comunicação social e demais grupos de interesse. ■

