



Relatório Analítico

Ideologia Política, Persuasão, Propaganda Eleitoral e

Voto:

Um Estudo da Recepção da Campanha Presidencial, 1998.

SHA-2800/97

Raul Francisco Magalhães

Luciana Fernandes Veiga



IUPERJ

PROPESQ

FAPEMIG

Índice

Apresentação:	3
1 - O Escopo da Pesquisa	8
2 - Hipótese de Trabalho	11
3 - Conceitos Centrais	13
3.1 - Ideologia	14
3.2 - Persuasão	35
4 - Análise das Entrevistas em Profundidade	48
4.1 - Os Entrevistados	50
4.2 - O Cidadão Comum e a Percepção de seu Ambiente Social	57
4.3 - A Relação com o Governo: o Desafeto e a Alienação	64
4.4 - A Relação Cidadão Comum e Governo: Utopia	75
4.5 - A Avaliação da Agenda Pública	87
5 - Análise dos Grupos de Discussão	95
5.1 - Os Integrantes dos Grupos	96
5.2 - Ideologia e Recepção	100
5.2.1 - A Argumentação Quase-Lógica	104
5.2.2 - O Eleitor Crítico de Si Mesmo e da Política	109
5.2.3 - Os Efeitos de Posição e Disposição	113
5.2.4 - A Alienação Política.	117
5.3 - Opiniões Sobre os Programas e Volatilidade das Intenções de Voto	122
5.4 - A Lógica Judiciária/Plebiscitária do Eleitor	144
5.5 - Sintetizando	150
6 - O Desenho Metodológico da Pesquisa	151
6.1 - Entrevistas em Profundidade	153
6.2 - Discussões em Grupo	157
7 - Conclusão	160
Bibliografia	163

Apresentação:

O intuito da presente pesquisa foi contribuir para o avanço do entendimento do que a ciência política convencionou chamar de comportamento político/eleitoral. Por este conceito devemos conceber uma gama de recursos cognitivos, morais e estruturais que orientam para o eleitor uma decisão possível, entre as alternativas do campo eleitoral. Assim sendo, consideramos que a única forma de galgar eficazmente mais alguns degraus numa área, na qual existe já um razoável estoque de teorias e que atrai, em todo ciclo eleitoral, um número não menos considerável de pesquisas, seria rediscutindo um conceito clássico da teoria política ancorado-o radicalmente a uma investigação empírica que lhe desse lastro e possibilitasse retomá-lo criticamente. Esta é, acreditamos, a única forma de permitir qualquer generalização dos resultados dessa investigação.

Optamos pelo conceito de *ideologia*, que embora pouco uniforme em seu significado na literatura, apresenta, em muitas facetas, possibilidades operatórias excelentes na explicação de problemas concretos com os quais nos deparamos: eleitores de baixo estrato social, baixo associativismo e baixo nível de informação geral, além de típico desinteresse por política, tendo de formar juízos que lhes permitissem falar do seu voto e das mensagens, que procuravam persuadi-los por uma ou outra opção.

O debate sobre ideologia quer, na presente pesquisa, envolver criticamente as teorias do comportamento eleitoral subordinando-as à sua lógica explicativa. Da mesma maneira, a discussão sobre as possibilidades persuasivas do horário eleitoral, nos termos tratados aqui, submeterá a tradicional abordagem, geralmente calcada nas teorias da comunicação de massa, a uma releitura crítica centrada na ideologia. O epifenômeno

ideológico é, ao nível dos indivíduos, o princípio operador que leva à aceitação persuasiva ou rejeição das mensagens postas, no caso, pela propaganda eleitoral.

Nossa postura metodológica baseia-se no pressuposto de que os conceitos não podem ter existência somente em planos abstratos, independentemente das explicações das situações de fato. Nosso entendimento é de que os conceitos, para serem operatórios, só têm sentido quando lastreados por referências empíricas que os reconstroem, para aquele momento da investigação. Isso não quer dizer que os conceitos não possam ser generalizados para uma gama de fatos que transcendem sua elaboração inicial. Ao contrário, suas possibilidades de generalização teórica estão condicionadas pelas referências de sua reconstrução empírica em cada operação do uso. Isso quer dizer claramente que ao falarmos de um eleitor de Juiz de Fora estamos criando possibilidades para o entendimento do comportamento político de um eleitor generalizável para outros contextos, porém, essa generalização depende, sempre, de ser ancorada ao novo contexto empírico de referência, que irá criticamente modificá-lo. Nossa intenção foi, todo o tempo, trabalhar conceitos e processos com amplas possibilidades de universalização teórica, apenas ressaltamos que isso é sempre função das condições de fato geradas por cada pesquisa.

Enfim, por menos modesto que isso possa parecer, procedemos aqui uma reconstrução do conceito de *ideologia política*, por meio da fusão crítica de algumas fontes teóricas, ligando-o às nossas necessidades explicativas, para um contexto concreto: as eleições presidenciais de 1998, na visão dos eleitores de baixa condição social, concretamente situados em Juiz de Fora. Eles nos permitem pensar níveis mais amplos do comportamento político e remetem, coerentemente, para novos contextos empíricos nos quais essas generalizações possam ser tratadas.

Para nortear nosso debate nos valem de uma gama heterogênea de autores, que foram sendo confrontados entre si e testados em relação ao material empírico da pesquisa. O resultado é o que chamamos, à maneira de Boudon, de “conceito restrito de ideologia”. No caso, tratamos desde aspectos ligados às origens propriamente marxistas do conceito, até as elaborações diversas feitas na ciência política norte-americana com Lane e outros. Uma vez que o conceito necessitava de uma dimensão sociológica, a discussão comportou também contribuições da sociologia fenomenológica de Schutz e da singular contribuição de Pierre Bourdieu, por meio da noção de *habitus*. Merecem destaque as proposições de R. Boudon, que operou uma síntese original do conceito, que teve frutíferas conseqüências para esta pesquisa.

Estamos conscientes dos problemas envolvidos em uma tentativa de estabelecer pontos entre um conceito controverso como o de ideologia e dados empíricos colhidos pela pesquisa. Todavia, não vemos outra alternativa para nos livrar dos dois piores perigos que assolam a produção na ciência política contemporânea. De um lado pesquisas que levantam dados sem conta e, por deficiências conceituais, não são capazes de extrapolar a mera descrição dos mesmos, impossibilitando interpretações e uma compreensão mais profunda dos processos estudados. Do outro lado, o debate puramente conceitual que se transforma num exercício de erudição livresca voltado para explicação de si mesmo.

Como dissemos, nossa postura metodológica assume que os conceitos só têm propriedades explicativas quando voltados para fatos reais de pesquisa. A noção de ideologia que buscamos sintetizar, a despeito da herança teórica que lhe cabe, foi sendo testada e reelaborada pelo conjunto dos fatos que emergiram dos nossos dados. De tal forma o conceito quer aqui dar conta de um contexto específico de investigação e, só assim, possibilitar avanços para generalizações das suas possibilidades explicativas.

Nossa investigação empírica contou basicamente com dois tipos de recursos que estão detalhados na discussão metodológica: entrevistas realizadas no decorrer do ano eleitoral, antes do início do horário gratuito de propaganda eleitoral para Presidente na TV e, depois, grupos de discussão - *focus group*, como se diz na literatura norte-americana - com eleitores que discutiam o voto e as mensagens do horário eleitoral. Estes grupos foram realizados no *Laboratório de Psicologia Cognitiva e Social* da Universidade Federal de Juiz de Fora, cobrindo toda a extensão da campanha. O material que emergiu, as opiniões sobre política desses eleitores, foi analisado conforme os parâmetros teóricos que traçamos a partir da confrontação dos autores e idéias sobre ideologia.

Não temos dúvidas de que optamos por um caminho mais complexo, ao tentarmos trazer tão próximas essas investigações, que na tradição recente da ciência política têm sido divorciadas, quer pela conveniência dos investigadores, quer por sua simples ignorância. Nosso trunfo foi encarar a pesquisa como um espaço de experimentação no qual as tentativas de aproximação entre os núcleos teóricos e os dados empíricos foi um exercício a um só tempo desafiador e recompensador.

Uma pesquisa é sempre uma obra coletiva e é preciso aqui expressar primeiramente nosso agradecimento ao Prof. Marcus Figueiredo do IUPERJ, que acompanhou o processo, orientando-nos em vários pontos, que se mostraram necessários no caminho. Os Prof. Marcos Emanuel e Sônia Maria Gondin do *Laboratório de Psicologia Cognitiva e Social* da UFJF foram imprescindíveis nos momentos mais críticos do nosso trabalho, tanto no provimento da infra-estrutura do processo, quanto na condução da dinâmica dos debates. Agradecemos aos integrantes da *Cenário Consultoria* pela presteza e agilidade na elaboração e execução da logística dos grupos de debates, garantindo-nos a realização de todas as etapas previstas.

Agradecemos ao *Centro de Pesquisas Sociais* da UFJF, na pessoa do Prof. Rubem Barbosa Filho, que colocou desde o primeiro instante o CPS à disposição para suprir todas as nossas demandas e, especialmente, à estagiária Mara, e às pesquisadoras Lorena e Gisele, pelo apoio técnico em vários momentos da confecção do relatório final. À *Fundação Centro Tecnológico*, pelo trabalho de gestão da verba de pesquisa e a todos aqueles colegas e funcionários que de forma direta e indireta tornaram esse resultado possível. Finalmente agradecemos à *Fundação de Amparo a Pesquisa de Minas Gerais -FAPEMIG*, pela acolhida dada ao projeto sem a qual ele seria materialmente inviável.

Temos a certeza de ter contribuído decisivamente para o avanço das técnicas de investigação dos estudos políticos eleitorais nesta universidade e no Brasil, na medida em que conjugamos metodologias de análise qualitativa com imenso potencial explicativo: as entrevistas em profundidade e os grupos de discussão estimulados com o horário eleitoral, conectando-as à um conjunto de instrumentos teóricos/interpretativos, criticamente incorporados da teoria social. Isso distingue a abrangência de nossos propósitos e a qualidade das informações geradas por nossa pesquisa dos procedimentos meramente mercadológicos, inscrevendo-a num esforço de avanço conceitual e metodológico nas pesquisas e teorias políticas do voto.

Juiz de Fora 13 de março de 1999

1 - O Escopo da Pesquisa

O tema desta pesquisa é marcadamente experimental. Nossa intenção foi, desde o primeiro momento, estudar o processo cognitivo dos eleitores, mais especificamente, analisar como os cidadãos comuns captam e reagem às mensagens estruturadas pelo mundo da política e pelo horário eleitoral. Propusemos para tanto uma abordagem conceitual multifacetada, mas que também preservasse a identidade com os problemas básicos da ciência política. Quanto a esse último aspecto central, nossa visão procurou tomar os eleitores como agentes livres e capazes de escolha, ou seja, como células básicas de uma democracia. É importante enfatizar tal ponto uma vez que, normalmente, trabalhos sobre persuasão e propaganda eleitoral tendem a construir uma imagem de manipulação dos cidadãos pelos conteúdos ideológicos/persuasivos que, em última instância, concorreriam para obscurecer a capacidade de julgamento racional dos mesmos. A propaganda compromete, em tal visão, a praxis democrática, na qual o cidadão é um sujeito livre para escolher entre as opções institucionalizadas e teria tal liberdade tolhida pela ação da persuasão eleitoral.

É importante dizer que nossa ênfase na racionalidade dos eleitores não foi apenas conceitual, porém forneceu, como pretendemos mostrar adiante, um modelo descritivo adequado para a análise do discurso produzido pelos indivíduos estudados, antes das eleições e após terem sido estimulados com as propagandas e o horário eleitoral. Uma consequência analítica básica dessa abordagem foi a maior atenção dada na recepção e construção dos argumentos para interpretação das propagandas eleitorais, que propriamente nas mensagens enquanto tal. Aliás isso particulariza nossa pesquisa, pois a imensa maioria dos estudos do gênero se detêm basicamente no estudo da

significação simbólica das mensagens, como foram construídas, que intenções implícitas ou explícitas trazem e assim por diante. Nossa pesquisa estabeleceu uma ótica diversa: preocupou-nos muito mais o que o eleitor comum "faz" com as mensagens que lhe são ofertadas, o que pode dizer delas, em que medida elas são ou não o seu próprio discurso. Os resultados dessa abordagem, conforme detalharemos adiante, foram plenamente compensadores, uma vez que a autonomia discursiva dos eleitores estudados, frente à estimulação dos programas, principalmente no tocante aos argumentos eleitorais foi sensível. Tal fato indica que as matrizes para explicação do discurso político dos eleitores comuns, deve ser buscada muito mais na estruturação cotidiana de seu universo de linguagens e de rotinas, que nas mensagens políticas, com as quais eles excepcionalmente tomam contato. Evidentemente tais cidadãos não são alheios às mensagens, mas não as tomam como guias fundamentais. Apresentam, por oposição, a tendência de submetê-las à sua lógica explicativa particular. Ou seja, às suas interpretações pessoais sobre o quadro político, que podem envolver graus diferenciados de troca de opinião com outros indivíduos, prática decisiva para a aceitação ou recusa das informações persuasivas da mensagem eleitoral. Tal fato é realçado sobretudo pela relativa uniformidade do discurso dos eleitores entrevistados antes e durante o horário eleitoral, que indicam sempre uma superposição da interpretação cotidiana do mundo à leitura que são capazes de fazer das questões políticas.

O quadro teórico para tratar dos dados dessa pesquisa foi relativamente amplo, incorporando elementos que vão desde a sociologia fenomenológica, passando por contribuições da ciência política norte-americana quanto ao comportamento político, as teorias da ideologia e, também, análises provenientes da psicologia social e das teorias da argumentação. Obviamente, algumas dessas áreas foram vistas com maior densidade que outras. Todavia cabe novamente afirmar que a busca de diferentes facetas foi uma

opção metodológica. Particularmente acreditamos que os desafios analíticos que se põe na explicação de fenômenos políticos não podem ser vencidos por soluções puristas, uma vez que eles vêm tendo tratamento prático por essas diversas perspectivas, e a tarefa dos pesquisadores hoje é promover o diálogo crítico entre elas, a partir de problemas empíricos concretos.

2 - Hipótese de Trabalho

A nossa hipótese é contrária ao argumento de alguns acadêmicos para quem os eleitores dos baixos estratos sociais, por causa de sua alienação política ou sua inabilidade educacional tornam-se marionetes inconscientes das campanhas políticas, sendo estas vistas como dominadora de vontades. A nossa primeira intenção é mostrar que os eleitores são sujeitos ativos - com suas motivações sociais, políticas - na recepção e no processamento dos discursos das campanhas eleitorais.

Desta maneira nossa hipótese é de que a recepção das mensagens acontece de maneira seletiva e que o processamento das mesmas acontece a partir de pré-conceitos (hábitos e procedimentos rotinizados) . Isso significa que a princípio acreditamos que as pessoas decidem primeiro em quem ou do que são a favor, procurando então as informações e argumentos que apoiam essa posição, ao invés de adquirirem primeiro a informação e depois pensarem nas suas implicações, decidindo quem ou o que favorecerem. Evidentemente, trata-se de um processo interativo, oscilando entre a preferência e a razão, e, talvez, modificando a preferência; mas o uso de grupos de referência para enquadrar uma opinião e a identificação política herdada, sugerem a seguinte ordem: opiniões primeiro, informações depois.

Então faz parte de nossa hipótese considerar que os eleitores expostos a propaganda eleitoral sempre possuem um estoque de conhecimentos e posturas que utilizam para enfrentar novas informações. No entanto, no caso do estudo do eleitor médio acreditamos encontrar indivíduos com escassos recursos cognitivos para serem utilizados no processamento das mensagens das estratégias eleitorais. Assim, para estes indivíduos, na ausência ou na escassez de conhecimento sobre assuntos da política,

ganha importância os juízos e valores anteriormente concebidos pela vida diária. A este sistema de crenças que os eleitores médios utilizam de maneira a orientar e simplificar as escolhas políticas que lhes são apresentadas, nós chamaremos de *ideologia política*.

O material empírico que trabalhamos sustenta tal hipótese na medida em que os argumentos utilizados pelos eleitores para falar de política e, especificamente da propaganda eleitoral, eram fundamentados basicamente em suas opiniões comuns, usando muito pouco dos argumentos oferecidos pelos discursos do horário eleitoral, ou do debate político veiculado pela mídia. É notável a independência discursiva dos eleitores, tanto no que concerne a forma quanto ao conteúdo das falas mais comuns do campo da política. É importante ressaltar que o eleitorado pesquisado foi selecionado com base em critérios de baixa renda, baixa escolaridade e baixo associativismo. Um tipo de eleitor caricaturalmente percebido como alvo predileto da propaganda. Paradoxalmente este tipo de eleitor parece ser menos atento e interessado na vida política e seus critérios de voto parecem ser menos sujeitos aos efeitos da propaganda, que os estratos mais educados da classe média. Estes pontos contudo necessitam de verificação, pois requerem uma pesquisa específica para identificar o grau de penetração da propaganda política nos estratos médios da sociedade. Quanto ao grupo estudado, tudo aponta na direção de atitudes e discursos pouco estruturados pela propaganda política, ao contrário da concepção de que tais indivíduos seriam altamente moldáveis, pela propaganda.

3 - Conceitos Centrais

Nas páginas seguintes discutiremos os instrumentos conceituais básicos da pesquisa, isto é, os conceitos de ideologia e persuasão. Por meio dessa discussão formaremos as ferramentas de análise aplicadas às seções de análise do material empírico. Cabe dizer que nossa postura foi sempre atar à conceituação teórica reflexões específicas sobre questões surgidas no trabalho de campo, o que resulta em elaborações bastante específicas para nossa pesquisa. Mas não é ocioso enfatizar tal especificidade é para nós a garantia de que, tendo forte contrapartida empírica, esses conceitos sejam mais eficientes para possíveis generalizações, do que se fossem pensados exclusivamente de forma abstrata.

O que se segue são formulações que não existem sintetizadas fora desta pesquisa, senão de maneira fragmentada, e um dos méritos desta investigação é precisamente desenvolver conceitos a partir de suas bases originais e não simplesmente importá-los para explicações dos dados levantados.

3.1 - Ideologia

Ao optarmos aqui por usar um conceito de ideologia, o fizemos conscientes dos inúmeros aspectos controversos envolvidos nesta palavra. O intuito desta pesquisa obviamente não é passar por cima das querelas intelectuais que envolvem o debate sobre ideologia mas, antes de mais nada, recuperar uma faceta específica do conceito, que será útil para a interpretação das opiniões surgidas nos debates sobre os programas eleitorais.

Nosso procedimento será a apresentação seletiva do pensamento de alguns autores que possibilitarão construir uma noção mais precisa, para os nossos propósitos, de ideologia.

O primeiro passo é afastar do conceito duas importantes cargas de certa tradição marxista, que podem conduzir a equívocos quanto ao presente trabalho. Primeiramente, trata-se da noção de ideologia como *consciência falsa*, ou seja, a produção de uma teia de idéias que impedem os indivíduos de enxergarem a realidade de dominação na qual eles se encontram. Essa perspectiva vê a ideologia como algo que obscurece avaliações objetivas da realidade e não tem grande aplicabilidade fora de uma leitura marxista tradicional. Ela envolve debates insolúveis sobre a definição do que é "a" realidade, que está sendo ocultada pela ideologia. O autor básico de tal ótica é o próprio Marx e sua obra de referência *A Ideologia Alemã* (Marx & Engels, 1980). Esse é também conhecido como *significado forte* do conceito de ideologia (Bobbio *apud* Stoppino, 1986, pp.585-587). Seu uso é restrito à própria tradição marxista.

Quando então nos referirmos aqui ao termo não estamos fazendo qualquer julgamento sobre uma realidade fundamental não percebida pelos eleitores estudados.

Ao contrário, interessou-nos sobretudo o tipo de representação que eles construíam de sua realidade, e em que medida isso conformava o espaço de sua percepção da política.

A segunda grande forma de interpretação do conceito, que nos cabe afastar, é o entendimento do termo como um conjunto de noções voltadas exclusivamente para a ação política, na luta pelo poder institucional. Tal visão, talvez a mais comum do termo, remete-nos à interpretação das ideologias como "armas", capazes de apresentarem visões do mundo convenientes aos seus divulgadores. Assim é a concepção leninista de ideologia, um instrumento de ação necessário a todos que militam na seara política, conforme Raymond Aron (Aron,1960). Aliás é desta forma que na linguagem mais comum nos referimos às ideologias de *esquerda* ou de *direita*. Uma literatura dessa natureza pode parecer atraente, porém é totalmente inadequada aos nossos propósitos, pois nós lidamos com uma parcela do eleitorado, a maioria, que não participa ativamente da política institucional e percebem a ação política como algo distante da sua vida cotidiana.

A solução de classificar tal contingente, que forma a maioria do eleitorado, de indivíduos "sem ideologia", como pretendeu certa literatura, sobretudo norte-americana (Bell, 1960), pareceu-nos ineficaz, pois levava ao desvio de características, que julgamos essenciais ao conceito, relativas ao papel das ideologias na estruturação cognitiva dos atores, independentemente de sua aplicação, mais ou menos enfática à postura progressista ou retrógrada desses atores diante da política institucionalizada.

Em nossa leitura, aplicada exclusivamente ao contexto da atual pesquisa, as ideologias serão encaradas como *conjuntos de noções que possibilitam processos operatórios organizadores das perspectivas de decisão para os agentes, sempre em relação a um campo específico*, no nosso caso, as eleições presidenciais de 1998.

Após afastar essas duas grandes leituras da ideologia é preciso, num segundo momento, retirar das mesmas os pontos que contribuirão para formar um modelo de ideologia aplicável à nossa pesquisa. Sinteticamente, os pontos são os seguintes:

a) mesmo que não adotemos a idéia de falsa-consciência, da maneira consagrada pela tradição marxista, é possível compreender que as ideologias marcam para os agentes posições e leituras específicas da realidade o que, por seu turno, implicam perspectivas parciais dessa mesma realidade. A leitura ideológica é sempre parcial e freqüentemente tal parcialidade possui traços marcadamente intencionais. Esses *efeitos de perspectiva* ou, como os chamou Boudon (Boudon,1989), *efeitos de posição e disposição*, criam necessariamente um quadro de referências limitado para o agente, que tem óbvias conseqüências para sua decisão e interpretação dos discursos, que tentam influenciá-lo, voltaremos a esse ponto mais detalhadamente adiante.

b) Ainda que não adotemos aqui a visão de ideologias como máquinas de guerra a serviço da ação política, somos levados a pinçar dessa leitura a noção de um caráter utilitário das mesmas. Atada à visão parcial do mundo, o sentido utilitário do termo remete ao fato das crenças ideológicas fundamentarem para os agentes, razões para suas escolhas, mesmo que tais razões sejam, de um ponto de vista analítico/científico, desprovidas de validade.

Como primeiros traços de nosso conceito restrito de ideologia podemos fixar que as ideologias estabelecem para os agentes perspectivas limitadas dos processos sociais e que tais limitações podem ser operacionalizadas para fundamentarem opções, isto é, podem ser úteis em condições de escolha, como numa situação eleitoral. De posse desses traços iniciais procederemos então uma investigação mais precisa do conceito de ideologia, por meio de vários autores que nos permitirão ampliar e fundamentar essa primeira definição.

Nosso estudo irá investigar e comparar conceitualmente algumas formulações importantes do conceito de ideologia. Procuramos autores exemplares de suas vertentes teóricas, além de proeminentes no tema tratado. Iniciaremos com os autores norte-americanos, com os quais discutiremos sucintamente uma visão de ideologia, pensada para um contexto democrático. Com efeito, a democracia centenária dos Estados Unidos é uma das mais bem estruturadas instituições políticas contemporâneas. No caso, nos interessa saber algumas proposições sobre como o eleitor apreende e processa as informações, que lhe permitem votar. Os resultados são muito interessantes, sugerindo que ele resolve seu voto com uma necessidade mínima de relações com o mundo da política, no qual, teoricamente, estariam as respostas sobre como votar.

O tema da ideologia não é muito presente na ciência política norte-americana, uma das fortes razões para isso é o fato do conceito ter uma grande identificação com as teorias de fundo marxista, que nunca foram dominantes na academia dos Estados Unidos. De qualquer forma os estudos sobre esse tema vincularam-se, nos anos 60, à duas grandes vertentes teóricas de explicação da sociedade e da democracia norte-americanas: a sociologia funcionalista e a escola de psicologia social de Michigan.

Robert Lane realizou uma síntese dessas vertentes num antológico estudo chamado *Political Ideology* (Lane, 1962), no qual investigou precisamente os tipos de crenças e atitudes que o homem comum tem frente à vida política da nação. Esse estudo tem sido a matriz de uma série de pesquisas posteriores, inclusive tendo influência na presente pesquisa. Seu método foi marcadamente qualitativo. Entrevistou em profundidade 15 americanos, homens comuns, de uma cidade de 100 mil habitantes, Eastport. (Lane, op. cit. pp. 4-11)

Lane parte inicialmente de alguns elementos que estão supostos na noção de *ideologia política*. Para ele, *ideologias políticas* são construídas como argumentos para

persuadir ou se contrapor às ideologias opostas e elas têm caráter normativo, ético e moral. Elas se ligam a um sistema de crenças bem maior e assumem a postura de defesa ou reforma de instituições. As ideologias são grupos de crenças que os indivíduos tomam emprestado; a maioria das pessoas adquire uma ideologia por identificação (ou desidentificação) com grupos sociais.(Idem, ibidem, op. cit. pp. 14-15)

Esse cientista político considera que a análise das ideologias deve fazer eventualmente uma distinção entre uma ideologia explícita e estruturada, que cria militantes e propagadores com diversos graus de convicção, e outra forma de ideologia, mais própria do homem comum à qual ele chama de *ideologia latente*.(Id. Ibid.p.16)

Não é preciso aqui detalhar o extenso estudo dos eleitores feito por Lane. Para o nosso uso queremos apenas ressaltar que seu profícuo estudo se constitui em um verdadeiro tratado de micro-política, trazendo algumas conclusões empíricas muito importantes sobre a ideologia política do homem comum.

Lane descobre que a ideologia apresenta forte relação com o contexto no qual é interpretada pelos eleitores. Questões gerais da política só podem ser pensadas a partir de exemplos e problemas vividos pelo eleitor. Desta forma a participação política motivada pela ideologia do homem comum, também será compatível com as referências do mundo em que vive. Deste ponto de vista Lane argumenta que não se pode dizer que tal eleitorado é distante e não molda as instituições. Ao contrário ele é ativo, mas apenas nas esferas que respondem às suas demandas. Assim, as suas relações políticas são mais ativas para mobilizar os usos dos recursos do poder público em suas necessidades imediatas, do que em um momento eleitoral, no qual o uso da política representativa lhe parece desconectado do seu mundo. (Id. Ibid. pp. 440-447)

Em suas palavras:

Eu creio que há algo a aprender com esta gama de dados micro-políticos que não emerge da análise do comportamento das massas ou do estudo de eleitorados. Primeiramente, a influência não é limitada às elites: o homem comum gera tipos de influência peculiares. Além disso, o momento eleitoral não é mais que um breve intervalo no longo dia da política; muito acontece em outros tempos e de outras formas. Todavia, os processos de influência no sistema e o compartilhar de decisões é freqüentemente tão casual e tão ligado com outros eventos e tão a parte da vida não política, que elas só podem ser captadas numa visão que abranja toda a vida social(...), (Id. Ibid. pp. 446-447).

Então, ao falarmos de ideologia política, como teremos que fazer aqui, não podemos supor para as pessoas qualquer nível específico de processamento das informações políticas. O processo detectado por Lane indica uma constante que encontraremos: se os esquemas ideológicos são por natureza reducionistas, no caso do pensamento do eleitor comum, ele o é radicalmente, ou seja, os processos que lhe permitem agir numa situação de escolha política estão ancorados e devem ser compreendidos à luz de uma integração da esfera política com o mundo do dia-a-dia. Faz parte da definição de Lane sublinhar o caráter de sistematicidade das crenças políticas. As ideologias são então *"sistemas de crenças explícitas, integradas e coerentes, que justificam o exercício do poder, explicam e julgam os acontecimentos históricos, definem as relações entre a política e outros campos de atividade, e fornecem uma orientação para a ação"* (Lane, *American Political Science Review* apud, Stoppino, 1986, p.587).

As pesquisas de Lane e seus contemporâneos apontaram que os traços da sistematização ideológica do cidadão comum marcavam profunda diferença com a

ideologia das elites. Tal cisão gerou uma outra série de estudos e debates na ciência política dos Estados Unidos. Lane considerava que as opiniões grosseiras do cidadão comum, quando comparadas às opiniões das elites, não interferiam num ponto central: a ideologia latente sustenta a democracia. Outros investigadores argumentam, de forma pessimista, que, considerando-se o estado de confusão mental detectado sobre as questões da política, o pilar central de uma democracia baseada no consenso da opinião pública está seriamente comprometido (Stoppino, 1986, p. 588).

Lane trata da *alienação política*, um conceito bastante funcional para nosso debate sobre ideologia, como a rejeição consciente de todo o sistema político. Esta alienação se expressa através da apatia uma vez que tal sentimento funda-se na percepção que os indivíduos têm de que "*não vêem possibilidades de mudar coisa alguma no sistema através de seus esforços*" (Lane *apud* Figueiredo, 1984, pp 25-26).

Para Lane, a *alienação política* pode ser identificada como a *síndrome de três atitudes*:

1 - Não tenho influência e não participo da vida política, politicamente falo na voz passiva.

2 - O governo não cuida e não administra no meu interesse.

3 - Recuso o processo de tomada de decisão, pois considero as regras injustas, ilegítimas e a Constituição vejo de certa maneira como fraudulenta. (Lane, 1962, p.162)

Ainda dentro da ciência política norte-americana, podemos citar os pioneiros Berelson, Lazarsfeld e McPhee (Lazarsfeld *et alli*, 1954) e Anthony Downs (Downs, 1957), autores que primeiro mostraram que os eleitores podem usar um amplo campo de sugestões simples como substituto para complexas informações, tema hoje dominante na pesquisa de ponta sobre escolha democrática nos Estados Unidos, como comprovam os experimentos recentes de Lupia e McCubbins (Lupia & McCubbins, 1998). Nós

concordamos com a idéia básica destes autores: as pessoas podem usar substitutos para informações "enciclopédicas", ou técnicas, sobre política.

São muitos os estudos sobre o problema da falta de informação enfrentado pelo indivíduo ao tomar a sua decisão a respeito do voto. Ainda dentro da ciência política norte-americana discutiremos autores que se empenharam em explicar a decisão do voto a partir da ideologia do eleitorado. Philippe Converse, um dos fundadores do *Modelo de Michigan*, argumenta que os indivíduos partem de seus *sistemas de crenças* para a ação política (Converse, 1967). Para ele, qualquer que seja o ambiente social de um indivíduo, este relaciona-se com o mundo da política segundo o nível de conceptualização que é capaz de elaborar (Converse *apud* Figueiredo, 1984, p.19). Desta maneira Converse, defende ser a distribuição de preferências necessariamente função da *identidade de idéias*, entre ideologias do eleitorado por um lado e dos discursos políticos divulgados pelos candidatos do outro. Contudo, ele chama atenção para o fato de que não apenas as atitudes frente ao mundo, mas também as motivações políticas embutidas no engajamento político são necessárias para explicar o comportamento eleitoral (id. *ibid.* p.23). O engajamento é o contrário da alienação.

Veremos mais tarde, ao analisarmos o material empírico, que é possível identificar como a ideologia política dos eleitores conduz à um estado de motivação não marcado pelo engajamento mas pela alienação, e como esta influencia o comportamento sobre o voto.

Lazarsfeld também enfatiza a importância das identidades culturais na distribuição das preferências. Sociólogos como ele acreditam que os campos das consciências políticas é formado a partir das condições sociais objetivamente vividas e, uma vez elaborados, passam a responder aos apelos políticos. (Figueiredo, 1984, p. 68)

Pode-se aceitar em termos, como os psicologistas, que o desenvolvimento da ideologia política se dá através de um processo de socialização em que o indivíduo inicia o desenvolvimento de sua atitude política ainda criança, tendo grande importância o ambiente familiar. Contudo parece-nos importante reconhecer e acrescentar que tal socialização está baseada em interações sociais, que durante vida do indivíduo podem dar-lhe outros matizes, principalmente se este indivíduo experimentar novas experiências sociais não previstas em sua socialização original.

Um modelo importante para discutir os dados empíricos levantados nesta pesquisa tem como base uma teoria individualista racional, como colocada por Arrow (Arrow, 1978) e Downs (Downs, 1957). Este último permite pensar o caráter utilitário da ideologia. Para Downs, as ideologias, as identidades políticas e culturais e de valores são reduzidos a sistemas de *interesses* codificados com a função instrumental de simplificar a aquisição e o processamento das informações necessárias para uma decisão política maximizadora. Desta maneira, a ideologia é apresentada como um instrumento de defesa de interesses individuais mesmo que não expresse explicitamente tais interesses.

Neste estudo, dentre as duas facções da explicação econômica do voto, problematizaremos criticamente a teoria econômica desenvolvida por Downs, em que o eleitor adota um comportamento maximizante, ou seja, o seu raciocínio sobre o voto passa sempre por escolher entre as alternativas aquela que acredita produzir melhores resultados. Uma opção alternativa é adotar um outro modelo economicista. Acreditamos que no pleito estudado, os eleitores, como prescreve este modelo, comportaram-se de maneira *satisfacionista*. Para Kramer (Kramer, 1971) adepto da teoria economicista, os satisfacionistas se diferem dos eleitores downsianos na medida em que dispensam a racionalidade plena. Kramer, procura relaxar a necessidade da existência da informação

perfeita e completa para que uma decisão possa ser realmente racional. Isso porque acreditam que ainda que um eleitor seja auto-interessado e capaz de acessar uma gama de informações, pode ser que acredite não valer a pena tanto dispêndio de tempo para avaliar em quem votar (Idem, Ibidem, p. 133).

Diante da situação, tal como colocada, Kramer sugere a regra de decisão a partir de informações disponíveis para todos, ou seja: o desempenho passado dos governantes. De posse de tal informação, os eleitores avaliam a situação econômica e social e então decidem pela permanência ou não dos governantes(id. ibid. p.134). Ao analisar os dados empíricos é possível perceber que de fato o passado dos políticos serve de lastro para a escolha do eleitor sobre o futuro, contudo é importante ressaltar que ainda assim, a avaliação é realizada a partir de poucas informações e muitos valores subjetivos.

Tal ponto nos remete a Arrow sobre a desutilidade de votar. A desutilidade do voto difere entre os indivíduos dependendo da riqueza, inteligência e saúde. (Arrow, 1978, p. 117). Assim podemos concluir que para os eleitores com baixa escolaridade o custo de votar parece muito alto enquanto o benefício parece ser reduzido. A visão do reduzido benefício pode ser explicado a partir do conceito de alienação política, anteriormente indicado. Já quanto ao custo de votar vamos citar a proposição de Marcus Figueiredo (Figueiredo,1984) para quem dos elementos que compõem o custo total de votar, a aquisição e o processamento das informações necessárias para uma decisão é o principal componente responsável pela desigualdade da desutilidade de votar.(Id. Ibid. p.117)

S. Popkin que adotou em seu modelo de eleitor, a teoria econômica de Downs, trata também do problema da racionalidade a partir de pouca informação (*low-information rationality*). Popkin acredita que os eleitores possuem uma série de dados fragmentados e insuficientes para o perfeito entendimento do jogo político e do

funcionamento do governo (Popkin, 1991). O autor propõe que as informações que os indivíduos possuem e utilizam para simplificar a decisão final são aquelas advindas de suas experiências passadas e do dia-a-dia, da mídia e das campanhas políticas. Parece importante, então, ressaltar que as informações originadas nas campanhas eleitorais são recebidas e processadas de maneira seletiva, e isso nos remete ao trabalho desenvolvido por Lazarsfeld *et alli* sobre a recepção seletiva, de acordo com a qual, os indivíduos ao acessarem as informações com o intuito de que elas venham ajudá-los na escolha de seu candidato, fazem-no a partir de um fundo de conhecimentos e posturas anteriormente concebidos.

Desta maneira, parece imprescindível identificar que posturas e conhecimentos são estes, assim como as regras por meio das quais recebem as novas informações para podermos discutir a contribuição que o horário eleitoral traz para a decisão do voto.

Ao lado da vertente norte-americana iremos acrescentar outros autores que, ao nosso ver, permitem extrair proposições para um conceito de ideologia testável por uma aplicação empírica. Seguiremos rumo à noção de ideologias como "fórmulas de ajuste" do mundo às percepções dos indivíduos, no caso dos eleitores, fórmulas de ajuste do campo discursivo da política ao entendimento fragmentado da vida cotidiana. Ideologias nesse sentido, são fórmulas de redução de conceitos de um campo mais universal para outro campo, mais restrito aos processos de rotinização da vida social.

O primeiro dos autores é Raymond Boudon, um cientista social que vem trabalhando problemas da ação racional, ideologia e, mais recentemente, persuasão e decisão. Seus argumentos estão desenvolvidos em dois livros: *A Ideologia: a origem das idéias recebidas* (Boudon, 1989) e *L'Art de se Persuader* (Boudon, 1990). Suas proposições se referem a uma tentativa de discutir os fundamentos de uma decisão racional que, conforme procura demonstrar, frequentemente baseiam-se em idéias

despidas de veracidade. Sua apropriação do conceito de ideologia é muito particular, porém, se alicerça num competente estudo comparativo da idéia em vários autores para, então, chegar ao que ele chamou de *teoria restrita da ideologia* (Boudon, 1989, pp. 93-122).

Nosso trabalho procura dialogar e adaptar para os propósitos explicativos desta pesquisa o conceito de Boudon. Nosso procedimento será tornar a leitura de Boudon sobre ideologia e confrontá-la com os autores da vertente norte-americana.

Começando com Boudon, um aspecto importante de seu pensamento é sua opção por tratar a idéia de ideologia dentro de uma teoria geral da racionalidade. Tal ótica tem a vantagem de não sucumbir às tentativas fáceis de atribuir aos agentes sociais atitudes que por se fundarem em crenças e imagens fragmentadas da realidade, poderiam ser rotuladas de *irracionais*. À maneira de Weber, Boudon argumenta que explicar o comportamento dos indivíduos é, freqüentemente, explicá-los em termos racionais (idem, *ibidem*, pp. 11-22). Compreender um processo social é dar razões adequadas que expliquem as ações envolvidas num campo de análise. Se voltarmos realmente a Weber (Weber, 1991, pp. 15-16) veremos que a compreensão da ação racional deve identificar se ela foi uma *ação racional com respeito a fins* (articulação econômica de meios para atingir interesses postos), ou se ela foi uma *ação racional com respeito a valores* e, somente em seguida, podemos nos perguntar sobre formas irracionais de ação. Estas são, em Weber, as ações fundadas na autoridade da tradição ou no componente carismático. Porém, toda obra de Weber segue na direção de demonstrar uma racionalização crescente das esferas da vida social mesmo no domínio da tradição e do carisma. Assim, o modelo weberiano assumido por Boudon, propõe que a compreensão das ações é tanto maior quanto mais elas puderem ser aproximadas analiticamente de um comportamento racional típico-ideal.

O grande esforço de Boudon segue em direção de mostrar que explicações que, de forma espontânea, levam a uma visão irracional de uma atitude, podem na verdade, encobrir comportamentos compreensíveis, racionais. É importante ressaltar que Boudon constrói toda sua argumentação, sempre tendo em vista um conceito, que lhe permitisse fazer uma crítica à ideologia presente nas opções da ciência social.

O uso que fizemos de seu conceito de ideologia no campo do discurso eleitoral se deve ao fato de que os processos do que chamamos de ideológicos foram pensados por Boudon de forma suficientemente abstrata, para que possam ser plasticamente aplicados ao contexto do senso comum.

A idéia básica de Raymond Boudon sobre o que são as ideologias pode ser explicada, sinteticamente, como a adoção pelos indivíduos de conjuntos de idéias que explicam o mundo, mas cujos fundamentos são falsos, ou duvidosos. No entanto, é esse o ponto que caracteriza um pensamento ou discurso como ideológico. O cientista pondera que ninguém examina os fundamentos falsos das idéias que adota. Teorias racistas que propõem bases biológicas para sua justificativa, ilustram claramente o ponto. Ideologias são *idéias recebidas* (id. *ibid.* pp.9-22), são idéias compartilhadas socialmente, mas que tem justificativas ilógicas ou falsas, crenças sobre orações para o controle do tempo estão presentes em inúmeras culturas, porém não é possível afirmar nada sobre a eficácia causal das orações nas transformações atmosféricas.

Ideologias são portanto redes de idéias que "funcionam", são operativas, para orientar perspectivas de escolha social e, no entanto, operam a partir de premissas falsas ou duvidosas. No entender de Boudon as ideologias só podem funcionar dessa forma (id. *ibid.* pp. 93-122) em virtude de determinações ligadas à situação do indivíduo na sociedade. Melhor dizendo, as distorções que tornam possíveis as ideologias (ou seja, idéias que são usadas operativamente para compreensão de fenômenos sociais) são

criadas pelo espaço social, no qual o agente se insere. Tais espaços geram dois efeitos de leitura e interpretação do mundo. As perspectivas de leitura e interpretação do mundo, ou efeitos de *posição* e *disposição* são, no pensamento de Boudon, os conceitos para análise dos tipos de distorção presentes nas diversas possibilidades de discursos ideológicos. Seu texto:

A idéia de que a percepção social não é de natureza contemplativa, mas, ao contrário, ativa, é portanto hoje suficientemente admitida, não sendo necessário insistir neste ponto. Em compensação, sem dúvida por causa da influência da teoria filosófica clássica da verdade e do erro - terei oportunidade de voltar a esta questão -, é mais difícil considerar seriamente a idéia de que o conhecimento social seria próprio, não a atores desencarnados capazes de contemplar a realidade como se de seu exterior, mas, ao contrário, como atores socialmente situados, quer dizer, caracterizados por uma posição e disposição. Por sua posição estes atores podem 'perceber a realidade antes de um ângulo do que de outro. Por suas disposições, ainda que tenham as mesmas posições, interpretarão - ou menos poderão, em certos casos, interpretar - a realidade de maneira diferente. Deste modo, um banqueiro tem possibilidade de perceber os fenômenos monetários de maneira distinta de um professor de grego e os interpretará sem dúvida diferentemente caso tenha estado ou não exposto às idéias de Keynes (id. ibid. pp.95-96)

Os *efeitos de posição* ligam-se ao que chamávamos, teoria sociológica, de contexto histórico e social. Enfim, posição de uma classe social e de época são

classicamente apontados como formadores e deformadores de mentalidades. Tal idéia, Boudon faz questão de enfatizar (id. ibid. p.98), não significa que estruturas sociais eliminem a racionalidade dos agentes. Ao contrário, os efeitos de contexto, no caso da posição social, são, para o agente racional, tanto barreiras quanto recursos manipuláveis.

Os *efeitos de disposição* são deformadores de ordem cultural. Alteram a leitura do mundo mediante dedução de idéias, a partir de outras idéias anteriormente sedimentadas e que gozam de autoridade. Opções políticas feitas em virtude de crenças religiosas são ilustrações típicas de efeito de disposição: votar no candidato de um partido simplesmente porque se prefere aquele partido, é beneficiar um candidato, que poderá não ser bom, com um típico efeito de disposição - esquerdista vota na esquerda.

Efeitos de posição e disposição atuam dessa forma tanto na estrutura social (posições) quanto na estrutura cultural/cognitiva (disposições). Dessa forma a *teoria restrita da ideologia* de Raymond Boudon, nos oferece um passo importante para nossa análise, que irá agora ampliar-se rumo a incorporação de outras teorias sociais que enfatizam as externalidades sociais na formação de ação social.

A combinação dos modelos vistos é, no entanto, insuficiente para formação de um quadro adequado da ideologia. Os problemas da ideologia e da escolha não podem ser tratados apenas como elementos estruturados por mecanismos seletivos da percepção, como tendem as discussões sobre mecanismos psicológicos da escolha e ação. O recurso crítico possibilitado pela teoria social será então buscar em autores que possuam conceitos capazes de conformar os processos cognitivos individuais, típicos das teorias norte-americanas, e de Boudon, a campos explicativos da natureza sociológica, especificamente os mundos da interação e da habituação. O resultado será um instrumento capaz de examinar as múltiplas dimensões da fala dos eleitores no experimento realizado. Nossa investigação utilizará, como parâmetro crítico da teoria

sociológica para avaliar o conceito de ideologia, conceitos deriváveis das noções de *habitus*, do sociólogo Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1992,1996) e de *realidade da vida cotidiana* do fenomenólogo Alfred Schutz (Schutz, 1974 a, 1974 b)

Começamos com a fenomenologia do mundo social de A. Schutz, que, embora não tenha se dedicado especificamente ao tema da ideologia, estruturou uma obra fundamental para o estudo dos procedimentos interativos dos agentes no campo da sociedade. Para Schutz e para toda a sociologia fenomenológica, o mundo social é criado e reproduzido pela repetição dos cursos de ação, que se sedimentam por meio de processos de rotinização. (Schutz,1974a, pp.17-70).

O mundo das rotinas é assumido pelos agentes sociais como um dado natural independente de qualquer reflexão. As rotinas operando dessa forma minimizam os custos da ação. A proposição principal dessa vertente é de que a *atitude natural* (a suposição de que o mundo funciona da forma como estou habituado a que funcione) é o elemento que rege todos os procedimentos cognitivos dos agentes (Schutz, 1974b, pp.109-175). Isso significa que os agentes sociais procuram sempre enquadrar os fenômenos do mundo ao seu universo de experiências rotinizadas, caso isso não seja possível, o agente procurará resolver a explicação dos fatos recorrendo a experiência do outro agente ou rejeitando o fenômeno. Por exemplo, se um indivíduo não compreende um discurso político ele pode acreditar que existe alguém que compreenda o que lhe escapa. Esse recurso ao *especialista* é um dos procedimentos usuais da atitude natural para enquadrar fenômenos estranhos no quadro cognitivo da atitude natural.

As experiências cotidianas vividas e transmitidas pelos e para os agentes sociais formam o que a sociologia fenomenológica chama de *estoque de conhecimentos*. Este é o conhecimento que cada um dispõe para compreender o mundo e dirigir suas escolhas.

O estoque de conhecimento é o conjunto de informações e operações que o agente dispõe para interagir com o mundo, interpretá-lo e adaptar-se a ele.

Como já dissemos, há situações nas quais o estoque de conhecimento é incapaz de decodificar a situação, mas a vida social se desenvolve na crença de que se o conhecimento de um agente falha, existe sempre outro agente capaz de interpretar e lidar com o problema. O estoque de conhecimento das pessoas comuns sobre economia e inflação não é capaz de explicar as oscilações da bolsa de valores, porém, essas pessoas sabem que existem *experts* naqueles problemas que responderiam a qualquer questão. De tal forma, a certeza de que os fatos do mundo têm uma explicação razoável, se não por nós pelo menos por alguém, é um dos elementos fundamentais da atitude natural: o mundo existe e é coerente. Sua ordem está garantida por uma teia de agentes que fluem em suas rotinas. Quando elas são quebradas tentam reenquadrá-las ao estoque de conhecimento original ou ainda recorrendo a um suposto especialista.

O conhecimento é assim socialmente distribuído e a vida social é uma contínua interação de estoques de conhecimento. Para avançar em sua análise, Schutz desenvolve três tipos ideais. O especialista, o homem comum, o cidadão bem informado (Schutz, 1974a p. 120). Nos interessa apenas a tipificação do homem comum, que é o tipo com o qual trabalhamos.

O homem comum tem um conhecimento funcional de muitos campos que não são necessariamente coerentes entre si, um conhecimento de receitas que indicam como obter, em situações típicas, resultados típicos por meios típicos. As receitas indicam procedimentos em que se pode confiar mesmo que não sejam claramente compreendidos (...) Apesar de seu caráter vago, este conhecimento tem ainda precisão suficiente para o propósito prático à mão (idem, ibidem, p.122).

O modelo apresentado por Schutz pode ser aproximado da perspectiva que, até o momento, tratamos no contexto do conceito de ideologia. Por um lado as ideologias como idéias operatórias que funcionam no espaço da atitude natural, são explicações possíveis do mundo conhecido, e por outro as ideologias podem também trazer explicações úteis para fenômenos que escapam à compreensão imediata do homem comum.

A lógica da noção de atitude natural como organizadora da vida cotidiana encontra um contraponto conceitual no conceito de *habitus* desenvolvido pelo sociólogo Pierre Bourdieu. Ele marca uma diferença significativa em relação à própria perspectiva que assumimos como dominante: enquanto trabalhamos com a atribuição de escolha ao agente individual, para Bourdieu as escolhas são sempre da sociedade, ou melhor da estrutura social.

Tal oposição de conceitos é um recurso metodológico necessário à nossa pesquisa: o conceito de ideologia até aqui desenvolvido deve ser confrontado com um conceito gerado numa matriz teórica distante. Nossa suposição de teste é de que se os conceitos puderam *dialogar*, encontrar superposições e arestas, a crítica resultante será um instrumento com mais possibilidades de análise.

Bourdieu possui um pensamento extremamente singular. Preliminarmente ele poderia ser classificado como um autor da revisão estruturalista do marxismo. Do estruturalismo ele apresenta como traço marcante a análise da linguagem (a esfera da representação) como forma de estruturação da sociedade e do marxismo a crítica da estrutura social como forma de dominação de classe.

A *Economia das Trocas Simbólicas* (Bourdieu, 1992) é uma afirmação da irreduzibilidade da esfera de representação, ou seja, o universo simbólico não é só uma *estrutura estruturada* pela ação material das classes, mas é simultaneamente,

dialeticamente, *estrutura estruturante* do mundo da ação. A esfera simbólica é permeada por campos de sentido, que tentam estruturar ordens do mundo (idem, ibidem pp. 26-27). Assim, por exemplo, temos um campo religioso ou político com todas as representações possíveis e temos as religiões e ideologias como linguagens que disputam o sentido das representações simbólicas desses campos. As formas de dominação existentes na sociedade tornam-se, pela reprodução simbólica no campo, distintas das formas dominadas. A produção e a legitimação da *distinção simbólica* entre classes e grupos é a forma de movimento da sociedade. Isto quer dizer que as posições de dominação são *criadas e criadoras* (Bourdieu, como estruturalista gosta de raciocinar com pares de oposição) de uma linguagem, que marca sua diferença, a sua posição. No caso dos seus exemplos, a moda burguesa e as eleições estéticas da classe dominante criam um *estilo de vida*. Estes processos estão precisamente estruturando o universo de dominação e não simplesmente expressando-o (id. ibid. pp.183-203). Algo que sanciona e legitima as formas de dominação, Bourdieu chama de *ideologia* (um sentido muito próximo da tradição marxista). Todavia o conceito que mais se aproxima da forma como trabalhamos a ideologia, como processo operatório que possibilita os conjuntos de idéias, é o *habitus*, ou as disposições simbólicas geradas/geradoras da distinção (Bourdieu, 1996, pp. 13-35 e 91-137).

O sociólogo usa as mesmas noções de Boudon (que não obstante apostar na racionalidade individual, também é estruturalista) de *posição* (posição de classe) e *disposição* (o *habitus*, a definição de um modo de vida simbólico, vale dizer, de um modo de falar e agir). O *habitus* então é sobretudo a disposição para estabelecer um campo de diferenças, por meio de uma linguagem que reconstrói, em cada fala empírica, a distinção social, que é a estruturadora dos bens simbólicos. Linguagens representam o poder.

No seu dizeres:

O habitus é esse princípio gerador e unificador que retraduz as características intrínsecas e relacionais de uma posição em um estilo de vida unívoco, isto é, em um conjunto unívoco de escolhas de pessoas, de bens, de práticas (id. ibid. pp.21-22)

O conceito de *habitus*, como também os demais conceitos de Bourdieu, é sobretudo *relacional*, isto é, só pode ser pensado em relação a um contexto empírico e datado, essa é uma condição *si ne qua nom* de sua universalização teórica. Idéias como classe e linguagem só possuem conteúdo essencial se referidos a um uso particular (id. ibid., pp. 13-28).

Podemos dizer que esse é um princípio metodológico com o qual temos identidade, ao pensarmos ideologia e o *habitus* estamos fazendo sempre em referência a uma experiência empírica singular e dela tomamos distância para universalizar nossos conceitos. Porém ter uma posição dessa experiência, quer como campo de teste, quer como degrau para a abstração é imprescindível a nosso pensamento.

O modelo ideológico de Boudon possui grande identidade com a idéia de *habitus* pois práticas com caráter simbólico, disposições de linguagem e percepção, são trilhas que permitem às idéias operarem com esquemas ideológicos, com argumentos por vezes até mesmo falsos ou duvidosos. A ideologia dessa forma, como o *habitus*, "naturaliza" os conteúdos arbitrários principalmente os que sustentam a dominação. Em linguagem marxista mais antiga se falaria que as ideologias *reificam* as posições de classe, tornando naturais diferenças impostas pela história. O que nos interessa é que a idéia de dominação pode ser relida no presente trabalho como *descritiva*: ela marca na fala dos atores a percepção de diferenças de poder e posição.

Não concordamos com Bourdieu quanto a preponderância da estrutura sobre os agentes, que são empurrados por forças sociais, pois nossa leitura tem como pressuposto que o modelo explicativo da escolha deve ser reduzido a unidade de escolha, isto é, ao indivíduo. No entanto, compreendemos que a racionalidade e a liberdade desse indivíduo são contingenciadas por inúmeras estruturas, que tolhem as escolhas, que agem como obstáculos (educação e acesso à informação por exemplo), mas esses são problemas e instrumentos de uma racionalidade e não de seus supressores.

Quanto a Schutz parece evidente que o conceito de estoque de conhecimento tem interface com a idéia de disposição e, por extensão, de *habitus*. Estilos de vida e linguagem são inteiramente ligados aos tipos de saber disponíveis pelos atores. Da mesma forma, o *habitus* tem indisfarsável apelo à idéia de rotinização dos cursos de ação, a realidade da vida cotidiana. Nos dois casos estamos pensando espaços nos quais conjuntos de idéias funcionam para produzir definições (distinções) para o mundo compartilhado pelos atores. Tais idéias são naturalizadoras dessas disposições, retiram delas o caráter arbitrário e lhes dão fundamentos, os quais funcionam tanto melhor quanto mais estiverem supostos. Sua explicitação é um problema de crítica da ideologia. Desse conjunto de teorias levantamos as noções de ideologia que exploraremos nas entrevistas.

Quando pensamos aqui em ideologia estamos nos referindo portanto a conjuntos operatórios de idéias que organizam a fala e o conhecimento, mediante recursos de posição e disposição gerados pela inserção do agente em sua vida cotidiana. A vida cotidiana é a âncora da realidade, sendo conformada pela rotinização de procedimentos e idéias que marcam para o agente um patamar de distinção social.

O outro grande conceito que forma nossa pesquisa, que é um aprofundamento da análise de ideologia, é persuasão.

3.2 - Persuasão

Pensar uma relação de persuasão significa, desde os usos primordiais desse conceito pela filosofia e pela retórica, pensar em linguagens que convencem indivíduos da veracidade de certas visões de mundo e os motiva para a ação, em conformidade com um tipo de discurso. Tradicionalmente se pensa a persuasão como adesão de um auditório a teses que são expostas por um orador. Essa noção inicial é central para nossa pesquisa.

O fato empírico estudado são as interpretações dos indivíduos, após assistirem a uma seção de discursos com intenções persuasivas, às propagandas para Presidente. No caso, está em jogo tanto a aceitação do discurso do horário eleitoral, que consistiria em plena persuasão, ou os diversos graus de rejeição até mesmo a rejeição completa das propagandas, ou seja, o fracasso da persuasão. Outro ponto importante a ser sublinhado é a presença de intenções persuasivas na fala dos eleitores, quando estão argumentando contra ou a favor de um candidato. Essas questões serão mais densamente exploradas adiante nas seções metodológicas, para os propósitos da parte teórica, é necessário que elaboremos um conceito de persuasão e que possamos conectá-lo com o conceito fundamental de ideologia.

Nossa construção do conceito de ideologia nos apontou que essas formas de pensamento são como os "pacotes de idéias" de Boudon, que funcionam para explicar o mundo, em direção a uma visão particular deste. Ideologias são universalizações de visões particularistas da realidade e o processo de tornar as explicações ideológicas convincentes, em cada situação empírica em que o pacote de idéias é usado, é exatamente o que chamamos de persuasão. A dimensão persuasiva está ligada não

apenas à crença em uma idéia, mas no convencimento dessa crença quando ela é testada em situações reais. Isso quer dizer que, todo processo ideológico depende de elementos persuasivos, ou seja, de estruturas discursivas que possibilitem convencer um auditório e fazê-lo aderir à idéia proposta.

É evidente que nem todas as técnicas de persuasão ficam restritas ao discurso. Existe uma variedade de procedimentos que se ligam à performance do orador que não tem direta relação com a argumentação. Os retores clássicos chamam essas técnicas não verbais da persuasão de *movere*, ou seja, entonação, gestos e movimentos. Porém nosso estudo se concentrará preponderantemente nos aspectos verbais do discurso, nos interessa discutir quais são os recursos da fala que na defesa de uma opinião resulta em persuasão.

Como esse tema, assim como ideologia, envolve uma gama muito variada de abordagens, selecionamos autores que lidassem com o assunto mais especificamente no campo do discurso. Persuasão é um termo profundamente pensado pela tradição retórica. Vamos nos abster de investigações históricas, mas trabalharemos com o *Tratado da Argumentação, a Nova Retórica*, de Perelman e Olbrechts-Tyteca (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1996) que reatualiza essa tradição. Dentro de uma outra linha importante está o trabalho de S. Toulmin *The uses of argument* (Toulmin, 1997) no qual são mostradas as estruturas *quase-lógicas* da argumentação cotidiana. Um desdobramento sociológico do trabalho de Toulmin é precisamente *A arte da auto-persuasão* de Boudon, (Boudon, 1990).

E finalmente para adequar o debate sobre persuasão ao contexto contemporâneo de comunicação de massa, que é precisamente o tipo de discurso ao qual o auditório pesquisado estava exposto, usaremos as teorias de Defleur (Defleur & Ball- Rokeach, 1993).

A teoria de Perelman sobre persuasão baseia-se numa recuperação das teorias clássicas da retórica, desde Aristóteles, possibilitando um novo enfoque no debate sobre a racionalidade. Ao contrário de termos uma razão que se movimenta com base em evidências indiscutíveis, estabelecidas exatamente pela ciência, Perelman propõe que em muitos casos, não é possível se chegar a uma evidência indiscutível (apodídica) e que assim somente o entendimento entre os atores pode diminuir o problema. Acontece que o entendimento se dá mediante argumentação persuasiva construída para tal. A retórica é assim a arte de produzir e compreender argumentos e procedimentos persuasivos, visando estabelecer consensos sobre teses postas para o debate.

A tradição da retórica afirma que o primeiro passo para persuasão é estabelecer acordos tácitos com o auditório sobre o que está em debate e quais são as premissas, os pressupostos do debate. Se um orador argumentar para um auditório sem conseguir a concordância deste em relação às premissas da argumentação não conseguirá persuadí-lo. Comungar com o auditório das crenças e valores da ideologia é um passo correto na direção de persuadí-lo em um caso concreto.

Tal constatação limita as possibilidades persuasivas de um discurso às condições do auditório que o recebe. Se o auditório se identificar com os conteúdos do discurso vai ouvi-lo e provavelmente sancioná-lo. Além desta condição primária, o discurso persuasivo também deve usar construções de argumentos adequadas ao tema conforme foi estabelecido desde Aristóteles, ou seja, existem três grandes modos de argumentação: argumentos para deliberar, argumentos para julgar influenciando juízos e, finalmente, argumentos para a louvação ou vituperação. (Perelman & Olbrechts-Tyteca pp. 53-57) Se a questão é político/deliberativa como, por exemplo, quem vamos escolher para Presidente, a argumentação deve montar quadros persuasivos do futuro, demonstrando a conveniência ou não de uma escolha. Se o problema está em julgar um

indivíduo ou uma instituição por suas ações, os quadros persuasivos são do passado, mostrando o cumprimento ou não de uma regra. Já o elogio e a crítica, conforme pensa a retórica, ligam-se à manipulação emocional do auditório pelo discurso. Para tanto, as ênfases em recursos literários e meramente formais, bem como aqueles performáticos (*movere*), elevam as possibilidades de persuasão. A retórica possui uma análise extremamente complexa de inúmeros recursos discursivos para persuasão: o estudo das figuras de linguagem (*tropos*) e dos lugares comuns (*topos*), assim como das ênfases, ampliações e omissões não pode ser feito aqui e envolve um debate muito específico.

Nosso interesse com a teoria de Perelman tomará sua classificação sintética dos argumentos em deliberativos, judiciários e epidícticos (o elogio, a crítica e as formas literárias) e procurará, como fizemos com o conceito de ideologia, confrontá-la com outras noções sobre persuasão. Estamos interessados em perceber tais esquemas argumentativos nas falas dos eleitores, quando debatem em grupo ou nas entrevistas individuais. Eles são membros de um auditório chamado a falar sobre um discurso que procurou persuadi-los. A utilização de esquemas argumentativos deliberativos ou judiciários por parte do auditório, quando é levado a se pronunciar, indica como seus membros enquadram a escolha para Presidente se em um processo de deliberação entre as escolhas sobre o futuro, ou se em um processo de julgamento do passado administrativo do Presidente. Nossa análise se centrará no gênero de argumento usado pela recepção, ou seja, se os eleitores, após estimulados com o programa do TRE, optam por candidatos enquadrando-os numa lógica judiciária (olhando seu passado) ou numa perspectiva político deliberativa, isto é, aderindo aos prováveis projetos que eles realizarão se eleitos. Merece atenção ainda se eles se sentem atraídos ou não por recursos formais da linguagem das propagandas e como lidam com as críticas entre os candidatos.

Para avançar na noção de persuasão, via teoria da argumentação, cabe aqui trazer o que podemos chamar de teoria quase-lógica da argumentação, originalmente formulada por S. Toulmin. Este filósofo, diferente de Perelman não pensou os processo de argumentação no campo da retórica, ou seja, do discurso estrategicamente elaborado, mas trabalhou a argumentação no campo do uso comum, cotidiano da língua. Uma visão que muito se aproxima com as referências teóricas usadas por nós no trato com o tema da ideologia. A proposição de Toulmin é de que os procedimentos argumentativos comuns da língua não podem ser totalmente formalizados pela lógica porque, diferentemente desta, eles não funcionam com base em definições exatas dos temas e premissas que levam à conclusões esperadas.

O funcionamento da estrutura comum do pensamento é, vamos chamar, *quase-lógica*. As pessoas fazem inferências e deduções similares a operações lógicas, mas sem nenhum valor formal na medida em que sua lógica não parte jamais de premissas estabelecidas, mas antes em raciocínios particulares elevados à condição premissas. Estas, evidentemente, são premissas questionáveis do tipo: *Todo político é safado. Fernando Henrique é político, logo também é safado*. Esse silogismo tem uma aparência lógica, porém, é preciso que a premissa *todo político é safado* seja estabelecida acima de controvérsias.

Toulmin chega então num ponto que o aproxima de Bourdieu. Passa a pensar na lógica cognitiva prática como *field-dependent*, ou seja, a argumentação e suas conclusões não podem funcionar senão como referência a um *campo de significados* que o sustenta e garante. Esses campos de significados são variados : política lógica, física, senso comum, religião. Neles se encontram os pressupostos que garantem a validade dos argumentos no seu uso prático. Esses pressupostos que Toulmin chama de *back* são elementos que, se o argumento for desafiado, entram em cena para garantir sua

verdade. Assim, a afirmação $x \text{ é } y$ tem de ter como pressuposto lógico (*back*), todo $x \text{ é } y$. Caso contrário, em lógica, a formulação é inaceitável. Porém, no uso prático temos: *FH é safado*. Tendo como pressuposto: *FH é político e todo político é safado*, logo... Para Toulmin parecer lógico é imprescindível a qualquer argumento que queira persuadir.

A consequência principal das análises de Toulmin é tornar a lógica aplicada um instrumento de análise não de validade universal de argumentos, como pretende a lógica formal, mas da validade desses argumentos dentro de um campo de significados contextualizados. A lógica é assim sempre dependente dos critérios de validade internas a um campo de saber. Suas palavras:

O que tem de ser reconhecido primeiramente é que a validade é uma noção intra-campo não uma noção inter-campos. Argumentos em meio a quaisquer campos podem ser julgados por padrões apropriados dos próprios campos, e alguns falharão, mas deve-se esperar que os padrões (de validade) sejam dependentes dos campos e os méritos de um argumento em um campo se estabelecerá sem os méritos dos argumentos em outro.(1997, p.255)

O que nos interessa é que o campo da política é cognitivamente reduzido ao campo de significados da atitude natural, então, para os eleitores, a validade dos argumentos usados no discurso político não é dada pelos méritos internos do campo político, mas pelo campo do significado comum. O argumento persuasivo é, dessa forma, aquele que é validado por outros argumentos fundados no campo onde ele está sendo julgado. Tal processo liga-se ao que foi dito em Perelman, sobre os acordos entre o orador e o auditório, eles devem se entender sobre o campo de significados no qual o discurso persuasivo terá lugar.

Ao investigar a estrutura *quase-lógica* da argumentação o trabalho pioneiro de Toulmin abriu possibilidades exploradas por muitos autores de diversas matrizes. Boudon retornou suas teses colocando um problema original: como um agente persuade a si mesmo de um princípio que pode guiar sua escolha? Na verdade, Boudon deseja criar um modelo de explicação para o mecanismo da crença e da ação e se depara com a necessidade de explicar como os indivíduos se convencem das crenças falsas. Aparelhado com o debate da tradição sociológica, Boudon recorrerá também a Toulmin e Perelman para pensar seu modelo de persuasão.

Boudon, dentro da herança estruturalista, retoma Toulmin, chamando a atenção para o fato de que os estudos desse filósofo indicam que o traço fundamental da persuasão era a forma quase-lógica do argumento. Como vimos, mesmo que não pudessem ser tratados rigorosamente em termos lógicos, muitos argumentos da vida comum possuem uma aparência lógica. A estrutura da forma lógica é, aos olhos de Boudon, a chave que permite a aceitação dos argumentos. Ele afirma que a maneira mais eficiente de tornar uma crença aceitável é dar razões (boas ou falsas) para aceitá-la. A forma compatível com a lógica traduz o mecanismo *quase-lógico*, que opera nos agentes sociais.

Movendo-se com profundo conhecimento entre os mestres da sociologia Boudon toma o que a chama de *modelo Simmel* para reforçar sua impressão de Toulmin. Suas palavras:

Simmel reconhece com Pareto, mas também com toda tradição filosófica clássica, que a maneira mais eficaz de se persuadir é desenvolver uma argumentação demonstrativa válida. Mas diferente de Pareto, ele sugere, de maneira à primeira vista bem paradoxal, que para assim proceder nós temos que nos convencer não somente de idéias justas mas também -

embora seja o caso mais excepcionalmente, de idéias duvidosas, frágeis ou falsas: é suficiente para isso que a argumentação explícita seja contaminada por esses a priori clandestinos (Boudon, 1990, p.9)

Esta passagem é inteiramente coerente com Toulmin. Aliás Boudon considera que tanto Toulmin quanto Perelman estão recuperando a posição que sustenta toda retórica desde Aristóteles, a de que existe toda sorte de questões que, pela sua própria natureza, não são passíveis de demonstração exata. São, principalmente, objetos ligados a problemas estéticos e morais. Porém a melhor forma de falar convincentemente sobre tais problemas, principalmente para deliberar sobre eles é tratá-los como se operassem logicamente, tendo razões que os sustentem, mesmo que tais razões não sejam criticamente fundadas. (id. *ibid.*. pp.48-50)

É importante lembrar que os juízos políticos numa democracia se enquadram exatamente no tipo de matéria a qual não é possível solução por demonstrações conclusivas. Cabem no máximo demonstrações do provável. Daí a democracia é objeto por excelência da retórica, isto é, da proposição de argumentos persuasivos que estabeleçam uma crença e uma ação. Da mesma maneira, as crenças e atitudes que os eleitores expressam para um candidato não precisam ter por fundamento nada mais que uma simples impressão e assim funcionarem como base para um raciocínio operatório, motivando uma decisão. Boudon crê que para ter bons motivos de agir de uma forma devemos ter em mãos um estoque de razões, ainda que falsas, para *garantir* esses motivos.

Até o momento nosso enfoque da persuasão caracterizou-se por uma abordagem do tipo *micro*, ou seja, como mecanismos operatórios da razão funcionam para que possamos acreditar em algo e daí agir. Nossos instrumentos foram tomados da sociologia e da teoria da argumentação. Este é, repetimos, nosso enfoque prioritário

uma vez que ele permite discutir mais densamente as questões relativas à recepção de um argumento persuasivo. Porém, como fizemos com o conceito de ideologia contrapondo nossa perspectiva de racionalidade individual com o conceito estruturalista de *habitus*, vamos agora contrapor nossa literatura do processo de persuasão, centrada no estudo dos argumentos quase-lógicos, com as leituras que centram o debate na construção de discursos. Tal linha de estudo da persuasão caracteriza a maioria dos estudos do tema feitos na área de comunicação e marketing.

Apenas para, novamente, criarmos um contraponto como qual possamos dialogar tomemos alguns modelos extraídos das teorias de comunicação de massa. Notaremos neles vários pontos já discutidos aqui e que foram sintetizados por teóricos da comunicação. Considere-se então três estratégias teóricas para persuasão (Defleur, & Ball-Rokeach, pp.290-313, 1993).

1 - *A estratégia psicodinâmica* : esse modelo concebe os indivíduos como seres que agem basicamente orientados por processos subjetivos. O comportamento envolve um conjunto complexo de conceitos tais como, necessidades, impulsos, crenças, temores, valores etc. que emergem em atitudes específicas conforme a estimulação dessas *molas* subjetivas da motivação. Esse modelo assume uma relação de simetria entre uma atitude específica, motivada por um estímulo psicológico dado, e o comportamento ostensivo do indivíduo naquela direção, sempre que o mesmo estímulo de persuasão estiver presente. Esse modelo assume também que a estruturação interna dos indivíduos depende em essência da aprendizagem a que são submetidos. Assim a conjunção de pré-disposição emocionais (biologicamente herdadas) mais elementos valorativos (cognitivamente adquiridos) comandam atitudes. A estratégia psicodinâmica de persuasão eficaz é aquela que ou submete o indivíduo a uma nova aprendizagem, (que presumivelmente modifica a sua estrutura psicológica) ou, o que é mais comum,

procura atingir os núcleos responsáveis pela emoção dos indivíduos, direcionando-os para ações específicas. A fórmula Aprenda-sinta-faça, resume essa estratégia que goza de enorme reconhecimento acadêmico e consome milhões em pesquisas, que não obtiveram ainda sucesso na determinação final de como atuar nas esferas subjetivas para obter ações objetivas. Para efeitos de propaganda eleitoral, a tentativa de ativar sentimentos que motivem a aglutinação em torno de um candidato ou os temores pela vitória de um adversário são princípios tomados como verdades absolutas.

2 - *A estratégia sociocultural*: Essa perspectiva liga-se aos postulados básicos da sociologia normativa, onde atitudes e comportamentos, para que possam ser socialmente exercitados devem, independentemente de seus possíveis móveis subjetivos, se enquadrar dentro de um conjunto normativo culturalmente compartilhado. A sociedade cobra de seus membros atitudes conformistas frente a valores compartilhados e possui meios de reprimir, e efetivamente punir atitudes com diversos graus de desvio. Em tal modelo uma estratégia exitosa de persuasão depende da modificação de expectativas culturais e morais, quanto a uma determinada atitude. Por exemplo, a mudança das expectativas sobre o papel da mulher na sociedade é fundamental para que os eleitores antes refratários a candidatas passem a considerar normal ter uma prefeita. Um dos supostos básicos dessa teoria, e que tem importantes implicações para as mensagens persuasivas, é o papel das interações face-a-face como reforçadoras e modificadoras de padrões culturais. Baseando-se na premissa de que determinados indivíduos paradigmáticos podem influenciar por imitação o comportamento de inúmeros outros, que vão interagindo entre si e propagando uma atitude específica, essa estratégia é também chamada de epidemiológica. Outro essencial dessa estratégia, e que forma o substrato de inúmeras campanhas eleitorais, afirma que é mais fácil aproveitar e canalizar atitudes preexistentes no universo cultural dos indivíduos, do que

propriamente criar novas atitudes que dependeriam de adaptação com padrões culturais capazes de, em alguma instância, gerar sentimentos de desaprovação. Por esse modelo a mensagem persuasiva deve estar portanto alicerçada numa cultura (ou sub-cultura) normativa adequada, e ser reforçada por interações face-a-face, o que supõe o convencimento e engajamento militante de indivíduos às campanhas.

3 - A estratégia de construção de significados: esse terceiro modelo teórico de persuasão não emergiu de paradigmas científicos sociológicos ou psicológicos, embora não seja propriamente contraditório com eles, mas sim da experiência empírica de publicitários e comunicadores. A idéia é de que nossa sociedade opera com uma multiplicidade quase infinita de símbolos e significados que acabam convivendo, nascendo e morrendo velozmente num imaginário social, mediado pela informação eletrônica. Isso significa que nada tem um sentido ou melhor uma imagem unívoca, mas antes uma imagem que dá sempre margem a ser modelada e associada a novos significados que, se captados cognitivamente (emotivamente) podem gerar ação. Daí ligações absolutamente improváveis entre dirigir um carro e ser uma pessoa livre ou votar num candidato a prefeito por ele representar "o progresso" começam a ser testadas e passam a ter aparente sucesso, sem que ninguém tenha exatamente entendido porque. Esse modelo de construção persuasiva assume que o significado de qualquer mensagem ou objeto que será exposto para avaliação é passível de alteração. Isso permite que candidatos possam tentar com êxito razoável, modificar suas imagens junto ao eleitorado e as atitudes deste perante àquele. Toda preocupação com *slogans*, cores de campanha, *gingles*, o uso ou não de terno ou óculos, centra-se nos significados que podem ser associados a esses objetos, seja pela campanha do candidato, seja pelos adversários que lutam para colar significados adversos nos mesmos símbolos (a bandeira vermelha socialista, por exemplo, aglutina militantes de esquerda e espanta nacionalistas com

aversão ao comunismo). Nessa lógica a persuasão atinge o máximo de estetização e a associação de objetos a significados agradáveis leva toda propaganda a ceder ao formato publicidade adotando fortes doses de entretenimento como meio de ser ouvida pela audiência. Cabe lembrar a proposição sobre o gênero epidítico da retórica, que por ser aquele que cultiva o lúdico e as dimensões ornamentais da fala, contamina e controla a força persuasiva das formas argumentativas racionais.

A literatura de publicidade e propaganda utiliza um temo mais forte que persuasão para lidar com a livre associação emotiva de significados que resulta em ato, fala-se de *sedução*. Enquanto a persuasão ainda opera com o estabelecimento de uma crença (fazer crer) que leva a ação, a sedução é da ordem edonista do prazer (Carvalho, 1996). Em um artigo publicado em uma revista especializada (Soares, 1996) foi sugerido que a sedução é um novo modo de retórica ligada aso seus registros puramente formas, responsáveis pela dramatização espetaculosa.

No entanto nosso estudo vem colocar algumas questões que problematizam tais visões, na medida em que descobre que um eleitor só pode ser persuadido a partir da absorção das proposições da mensagem pelos elementos cognitivos que compõe sua experiência cotidiana. O que nossa pesquisa irá trabalhar concerne a autonomia do universo do eleitor frente ao universo artificial da política representado pelo horário eleitoral. Esse é o eixo básico de interpretação do conceito de persuasão.

Notamos que o modelo psicodinâmico da comunicação de massa lembra alguns traços da psicologia social norte-americana e que a estratégia socio-cultural liga-se mais facilmente às noções de estrutura social e *habitus*. Já o modelo que lida com a construção de significados, por sua própria característica de ser próximo à observações práticas dos comunicadores, remete aos estudos da lógica em uso e confirmam a fragilidade dos elementos que podem persuasivamente sustentar uma opinião ou

escolha. Começamos nossa investigação sobre ideologia com autores que nos levaram a considerar o mundo do eleitor um universo com lógica própria, rotinas, crenças e explicações da política que não podem ser entendidas fora dessa autonomia frente a um mundo oficial da política. Lane e outros sublinharam que os horizontes do eleitor comum são redutores e adaptadores da realidade a um universo de regras marcadas pela habituação. Para avançar nessa caracterização fomos buscar na teoria social autores que, não obstante permitissem pensar a ideologia, fossem capazes de reforçar a tese de um pensamento assentado no mundo da realidade cotidiana, o que foi feito com Schutz. Por um lado, incorporamos criticamente o modelo de ideologia de Boudon, compreendendo por isso os conjuntos de idéias que pomos em ação para explicar o mundo cujos fundamentos são falseáveis, por se assentarem em efeitos de posição (social) e disposição (cognitiva - habitus). Por outro incorporamos a noção de persuasão presente nos trabalhos de Perelman e Toulmin e sancionados por Boudon, de que a característica central para um argumento com pressupostos falsos persuadir alguém, é satisfazer uma aparência lógica, ou como dizem ter uma forma quase-lógica. O raciocínio persuasivo é, na retórica da vida prática, a apresentação a um auditório (ou a si mesmo) de um argumento quase-lógico.

Com base nestes instrumentos podemos apresentar uma análise do material empírico produzido pelas entrevistas em profundidade e pelos grupos de discussão. O procedimento básico será a classificação de trechos das entrevistas e grupos de debate e, em seguida a confrontação dessas unidades discursivas com os conceitos interpretativos desenvolvidos acima. No momento seguinte poderemos ligar tais conexões numa interpretação abrangente do comportamento do eleitor nas eleições de 1998 e daí estabelecer parâmetros mais universais para a pesquisa do voto.

4 - Análise das Entrevistas em Profundidade

Decidimos analisar primeiramente o material levantado pelas entrevistas para então, posteriormente, nos dedicarmos ao material coletado pelos grupos de discussão. Tal opção se justifica pelo fato de as interações profundas e individuais terem oferecido um material que melhor descreve o dia-a-dia, o cotidiano, a rotina dos indivíduos comuns. Como já foi antecipado pela discussão teórica anterior, as experiências originárias do dia-a-dia das pessoas são cruciais para a formação e para a explicação de suas ideologias. Desta forma, acreditamos que um levantamento mais denso sobre a ideologia do homem comum e de como esta se origina, pede um maior detalhamento dos dados presentes nas entrevistas.

Da mesma forma, os dados dos grupos de discussão poderão ser melhor analisados separadamente. Nesta parte empírica do trabalho, um segundo aspecto do conceito de ideologia que estamos trabalhando ganha evidência. A ideologia pensada como pacotes de idéias com a função de explicar o mundo em que vivem e, no caso do estudo, particularmente o mundo da política. Nesta segunda etapa da análise o mais importante então deixará de ser o mapeamento da ideologia que procederemos agora e passará então a ser o estudo de como o eleitor a utiliza tais pacotes de idéias na recepção das mensagens veiculadas pelo Horário Eleitoral e, em última instância, na operação de sua decisão de voto.

Como veremos, muitos dos dados levantados pelas entrevistas e pelos grupos são extremamente similares, o que já era esperado. Além do mais, tal similaridade reforça as hipóteses levantadas por este estudo. Contudo este fato pode fazer o trabalho a primeira vista parecer repetitivo, o que é apenas aparente. Cada análise traz em si uma gama diferente e enriquecedora de informações e fazer um levantamento dos dados das entrevistas indiferenciado dos grupos de discussão seria um equívoco metodológico.

Considere-se também que as eventuais repetições apenas indicam o caráter estereotipado do pensamento com o qual lidamos.

4.1 - Os Entrevistados

Começamos seguindo Lane: se é para estudarmos a mente humana que começemos pelos seres humanos. Quem eram as pessoas que participaram das entrevistas? Foram 18 participantes. Os entrevistados repartiam entre si realidades semelhantes. Com baixo nível de escolaridade, que não ultrapassava oito anos de estudo, demonstravam possuir um conhecimento de receitas, funcionais para o dia-a-dia e muitas vezes um discurso desprovido de coerência global, como lembra em Schutz. Contudo, o que podíamos perceber é que entre eles ainda era possível encontrar diferentes tipos analíticos. Podemos observar por exemplo, que os indivíduos que não chegaram a concluir a quarta-série do primeiro grau possuíam um arsenal cognitivo diferente daquele que cursou até o oitavo ano do primeiro grau. A idade também influenciava muito o tipo de atitude dos entrevistados. Lembrando Converse, o engajamento social e político também em muito determina o comportamento dos participantes ainda que, nesse caso, não se possa falar no engajamento clássico, mas no uso da política para satisfazer alguma demanda pessoal ou comunitária.

Desta maneira, poderíamos subdividir os participantes em três grupos, empregando uma variante de um modelo proposto pelo cientista político Rubem Barbosa Filho da UFJF (Barbosa,1993). O primeiro grupo seria composto pelos entrevistados que apresentavam maior conhecimento sobre os assuntos em geral e conseqüentemente a respeito da política. Estes mostravam muita desenvoltura durante as entrevistas e nas entrelinhas percebíamos que estávamos diante de pessoas com certo espírito de liderança entre os seus, possuíam capacidade de influir. Neste grupo podemos citar: Srs. José Marcelo, João Dário, Jorge, Paulo. Estes entrevistados, dentro

da limitação imposta pelo caráter do homem comum, mostravam-se mais universalistas. Um segundo tipo era composto por participantes que apresentavam menos engajamento social e político, demonstrando atenção aos assuntos da política apenas no momento eleitoral. Em suas entrevistas costumavam reproduzir trechos de conversas com amigos que gozavam de certa autoridade e de notícias da televisão como *orientações* de atitude. Reproduziam chavões em seus depoimentos. Na nossa amostra, esse tipo era formado basicamente por mulheres: D. Neiva, Imaculada, Vera, Elidiane, Márcia, Luciana, Larissa e o rapaz Denis. O terceiro tipo de participante poderia se dizer que é não acessível à política. Diziam não se interessar pelos assuntos da política, por isso, não se atinham a qualquer tipo de informação ou ação sobre o assunto. Apresentando pouquíssimos recursos cognitivos e baixíssimo engajamento político, a entrevista com eles não desenvolvia e parecia que a consideravam um verdadeiro enfado. Em seus depoimentos percebe-se muita hostilidade e indiferença. Este grupo era formado basicamente por pessoas mais novas como: Andréa, Rosemeire, Ângelo, Bianca e as senhoras Rosa e Ana.

Contudo é importante frisar que embora possam ser divididos em tipos, os participantes não formam um grupo socialmente delimitado. São indivíduos que repartem experiências de vida comuns. Por exemplo, todos com baixa renda mensal, dependem dos serviços públicos e por isso, independente da tipologia, tem conhecimento do que isso significava. Mas esta é uma discussão para uma etapa posterior, primeiramente, vamos aos entrevistados. Quem é cada um dos participantes das entrevistas?

Bianca tem 24 anos é vendedora mas no momento está desempregada. Conta que a loja em que trabalhava há quatro anos não resistiu à crise e fechou. Mora com os pais juntamente com outros dois irmãos mais novos. O pai é aposentado pelo Exército e

trabalha como vigia a noite. São mais dois salários, além da aposentadoria, que ajudam a pagar as contas da casa. Contudo, como ela e a mãe estão desempregadas, não conseguiram manter o aluguel do apartamento em que moravam e por isso mudaram-se para a casa da avó. Diante da crise financeira familiar, Bianca diz que a sua maior preocupação hoje é arrumar um emprego.

D. Ana também sofre com o problema do desemprego. É dona de casa, tem 45 anos, tem dois filhos e uma sobrinha que mora com ela. O seu marido é porteiro, porém, desempregado. Durante o período das entrevistas estava recebendo o seguro desemprego, e o grande temor de D. Ana era que acabasse o seguro antes que arrumasse outro emprego. Conta que o condomínio em que o seu marido trabalhava resolveu terceirizar o serviço de portaria . Preocupada, começou a fazer biscoitos de goiabada para vender.

Denis e Ângelo são dois rapazes de dezenove anos, que moram com os pais e o dinheiro que ganham serve para ajudar um pouco em casa e para a compra de pequenos prazeres como a roupa, o tênis e a saída do fim de semana. Dênis é vendedor autônomo, trabalha com o irmão, vendendo equipamentos de som. Ângelo é pedreiro.

Elidiane tem 19 anos, assim como os meninos, mora com a família e gasta o salário que ganha como empregada doméstica com a casa e para satisfazer suas demandas pessoais. Adora comprar roupa nova para sair com o namorado. Porém diferente dos meninos, ela continua estudando. Está fazendo o supletivo em uma escola estadual para completar o primeiro grau e sonha em fazer um curso de enfermagem. Os meninos embora reconheçam a importância do estudo não pensam em voltar à escola. Acham muito chato.

Rosemeire, com 24 anos, Luciana, com 23 anos e Larissa, com 26 anos, são donas de casa. Têm histórias semelhantes. As três trabalhavam fora, Rosemeire era

doméstica e Luciana e Larissa eram balconistas, até que engravidaram, casaram-se e deixaram o trabalho para tomar conta dos filhos. Rosemeire tem uma filha de dois anos e pretende colocá-la logo na creche para que volte a trabalhar. Como diz, os três salários que o marido recebe como funcionário da prefeitura não são suficientes para viverem direito. Ela precisa voltar a trabalhar para ajudar manter a casa. Luciana tem um filho de três anos e reclama de ter parado de trabalhar. Pretende colocar o seu filho em uma creche para que possa voltar ao mercado de trabalho. Gostaria de voltar a estudar, a fazer ginástica, a poder consumir o que deseja sem ter que pedir ao marido. Esta dependência do marido angustia todas as donas de casa entrevistadas. Todas se arrependem de ter deixado a escola ou o trabalho para se dedicarem ao lar, da mesma maneira , todas são unânimes em dizer que o melhor de ser dona de casa é poder acompanhar de perto a educação dos filhos.

Larissa para fugir do dependência do marido, diz que quando quer comprar um sapato ou uma roupa e o marido não coloca o dinheiro a sua disposição, sai para a rua para fazer unha das pessoas conhecidas. D. Neiva, uma dona de casa de 45 anos, sente a mesma coisa que as meninas. Seu marido é motorista de ônibus, ela tem dois filhos já crescidos. Seu filho mais velho, também motorista e que mora com ela , dá 100 reais por mês para ajudar nas compras. No entanto, ela reclama que morre de vontade de comprar aquelas "*coisas que as amigas vendem em revistas*". Tem uma vizinha que vende vários destes produtos, e nunca tem dinheiro para comprar. Conta que quando fica com muita vontade, procura um trabalho para ganhar alguma coisa. No dia anterior a uma entrevista, tinha passado roupas para uma senhora e ganhou dez reais, com os mesmos ia comprar umas formas para fazer salgadinhos que a vizinha estava vendendo.

A situação de Márcia, de 32 anos, que também é dona de casa é diferente. Márcia tem um filho de seis anos e é divorciada. Trabalhava fora até que seu ex-marido

deixou acumular uma dívida de um ano de mensalidades no colégio que a criança estudava. Pressionada e sem ver outra alternativa, negociou com a proprietária da loja em que trabalhava para que a demitisse de modo que ainda pudesse acessar o seu fundo de garantia, com o que pagaria o colégio. Sem emprego e sem dinheiro, teve que devolver o apartamento que alugava e está morando na casa da mãe. Sem ter com quem deixar a criança, acredita estar impossibilitada de voltar ao mercado de trabalho. Sonha em voltar a trabalhar, voltar a ter uma casa sua, ter dinheiro para poder passear e comprar algumas pequenas alegrias para o seu filho, e se possível, brinca, ainda encontrar uma outra pessoa interessante. Andréa vive uma situação semelhante. Tem uma filha, é divorciada, mora com a mãe, mas trabalha fora, é balconista de uma papelaria.

Entre os entrevistados, Rosalina seria a mais excluída entre os excluídos. Aparenta 50 anos e tem 38. Na primeira entrevista é fácil perceber o motivo do envelhecimento precoce. Rosalina tem uma vida muito sofrida, o marido é doente e recebe um salário mínimo da Previdência, que praticamente serve apenas para os remédios. Em determinado momento pensamos até em procurar outra entrevistada, temendo que o seu drama pessoal representasse um desvio na pesquisa. Depois achamos melhor prosseguir. Afinal, ela se enquadra no perfil exigido, ainda que esteja no extremo inferior. Ela trabalha como copeira em um grande hospital da cidade, tem quatro filhos.

Imaculada está com 41 anos, é casada, tem três filhos e sua profissão é cozinheira. Muito tímida, foi pouco a pouco se soltando durante as entrevistas. Gostava de falar de sua vida, acreditava já ter avançado muito. Lembra ainda da infância na roça em que ela e os irmãos passavam dias chupando manga para matar a fome e compara com sua situação atual. Hoje possui casa própria e até telefone. Contudo, em uma

entrevista, não deixou de mostrar certa insatisfação com a vida que apesar de melhor continua difícil: "*Sabe o que tem na minha geladeira esta semana? Arroz, feijão e água*".

Paulo tem quarenta e três anos, é separado e possui três filhos. Paulo mora sozinho mas sua casa fica em um terreno onde mora toda a família, seus pais e irmãos casados. Depois de trabalhar o dia inteiro como pintor, gosta de tomar banho, fazer uma garrafa de café e ir para casa dos familiares assistir o Jornal Nacional e conversar sobre a vida. Brincando, a irmã conta que no fim de semana, Paulo troca de garrafa e de roda, aí o ambiente é o bar que fica no pé do morro.

Vera é sozinha, meio perdida no mundo, assim mesmo se reconhece, e talvez essa percepção seja a melhor explicação para a crise de depressão que entrou no último mês das entrevistas. Não tem casa, as suas coisas ficam na casa da irmã, ela mora em diferentes lugares, todas as entrevistas foram na casa de uma amiga. Vera trabalha na parte de atendimento de uma pequena empresa de etiquetas. Nas entrevistas, reclamava muito das vendas, com a crise, vários clientes estavam fechando as portas ou comprando pouco.

João Dário tem 34 anos e é funcionário público. Ele é operador de máquinas da empresa de pavimentação da prefeitura. Mora com o filho e a mulher em uma pequena casa também construída em um terreno em que mora grande parte de sua família. Jorge, em parceria com a mulher, faz salgados e bolos para festas. Se auto-define como "espiritualista", o que em muitos momentos dificultou a entrevista. Quando perguntado sobre o que causa a pobreza, ele falou longamente sobre as causas da pobreza espiritual. Então perguntamos sobre a pobreza material? Ele respondeu que esta não existe. José Marcelo tem 45 anos, é casado, tem duas filhas adolescentes. Ele é carteiro dos Correios. Se Rosalina ocupa um extremo do espectro conhecimento em política desse

grupo, José Marcelo ocupa o outro. Muito articulado e bem informado, conta que busca suas informações principalmente no Jornal da Bandeirantes e as vezes no jornal O Estado de São Paulo, que de vez enquanto lê na empresa.

4.2 - O Cidadão Comum e a Percepção de seu Ambiente Social

Ao realizarmos as entrevistas em profundidade buscávamos entrar no mundo dos participantes, entrávamos em suas casas, conhecíamos suas famílias e pouco a pouco íamos percebendo o mundo em que cada uma daquelas pessoas viviam. Percebemos que dividem entre si o sentimento de desamparo, injustiça, marginalização.

O cenário do encontro era comum a todos os entrevistados. Todos tinham televisão nova e videocassete em uma estante da sala, ambiente em que sentávamos para a entrevista. Os sofás geralmente também eram novos. As casas sempre estavam em obra. Demonstrações da elevação do poder aquisitivo da classe trabalhadora na primeira fase do Plano Real. Os entrevistados mostravam-se orgulhosos em expor suas conquistas.

Mas era só a primeira entrevista começar e vir a primeira pergunta do questionário para que o encanto se quebrasse. Ao serem perguntados sobre os principais problemas do país, todos citavam a miséria, a fome, o desemprego, com muita proximidade. A verdade é que atrás do vídeo, da geladeira, do eletrodoméstico novo, permanecia a insegurança de quem não possui uma reserva de capital, um parente em melhor situação com condições e disposição para ajudar, ou seja, é uma situação de desamparo.

A gente sabe de colegas que também ganham mal e que deixam de comer. Leva uma marmita de comida que não sustenta, sendo que ele merecia coisa melhor. Isso porque tem que pagar aluguel ou tem alguém

doente na família e teve que gastar mais, a gente se sensibiliza com isso.(...)

A gente gostaria de ajudar mas também não tem condições. (João Dário)

Na verdade, são pessoas cuja atividade cotidiana se resume a ir para o trabalho , despende suas energias físicas , voltar para casa, tendo como fim o salário mensal ou quinzenal. Ou seja , para estas pessoas o passar necessidade é uma situação real, basta a doença ou , por exemplo, que se perca o emprego, ou o seguro desemprego. D. Ana, com o marido recebendo o seguro desemprego, demonstra preocupação:

Hoje ainda está com o seguro desemprego, mas e depois? (D. Ana)

Para os participantes, a pobreza, a miséria , a fome são consequências da falta de oportunidades e em particular da falta de estudos. Bianca acredita que "*a pessoa que estuda tem mais chances de vencer na vida*". D. Neiva e Rosa não questionam a premissa, sem estudos, seus filhos demonstram dificuldades em entrar no mercado de trabalho. O filho de D. Neiva, depois de um ano desempregado, conseguiu trabalhar como motorista de ônibus. Os filhos de Rosa continuam desempregados.

Os entrevistados acreditam que a desigualdade de oportunidades entre ricos e pobres, principalmente no que se refere aos estudos, justifica a manutenção do *status-quo*. A criança pertencente aos estratos sociais mais baixos não consegue estudar pois precisa trabalhar desde cedo para ajudar no pagamento das contas. Esta realidade era dividida por todos. Em seus depoimentos colocam que os pais não se preocupavam com o futuro de seus filhos e desta maneira não enfatizavam a importância dos estudos.

Meu pai era alcoólatra e difícil de lidar, tinha mais intimidade com a minha mãe. Mas ela também não falava dos futuros dos filhos, só pedia a gente para trabalhar para ajudar em casa (João Dário)

De maneira semelhante, quando perguntada por que parou de estudar, Luciana respondeu:

Vim de uma família de pouca instrução. Meus pais não incentivavam o estudo mas sim o trabalho.

Os participantes das entrevistas acreditam assim, que a desigualdade de resultados no que se refere ao salário e ao *status social* seja resultado da falta de estudos, ou pelo menos acreditam que a primeira razão para a criança permanecer pobre é não adquirir a educação responsável habilidades cognitivas básicas que possibilitem um maior poder de negociação no mercado de trabalho.

Falta de oportunidades, desigualdade social , marginalização, o sentimento de privação. Um sentimento que não parece ser exclusivamente devido a uma situação econômica objetiva. Embora estratificação por *status* , prestígio esteja relacionada com as compensações econômicas, podemos perceber que *status* e renda não são idênticos. A partir dos depoimentos, percebemos que o *status* envolve distinções em que homens e grupos são definidos como superiores e inferiores aos outros. O depoimento de Márcia a seguir, ilustra o ressentimento que essas pessoas possuem ao se verem vítimas não de uma questão objetiva mas principalmente de uma distinção a partir de *status*:

Ano que vem, ele (o filho) vai para a escola pública. Então isso preocupa também porque a gente vê muito preconceito, as pessoas falam: - Mas vai estudar em escola pública?

Na verdade, parece estar na distinção, a maior causa do ressentimento das pessoas inferiormente colocadas em relação ao sistema social e às de elevado prestígio.

A justiça, a sociedade trata as pessoas diferentes como se elas fossem diferentes. Isso aí é claro, não é? Pode ter dois homens um pedreiro e um ator, você vai ver a diferença de cara. O pedreiro, se ele falar, “eu sou pedreiro” é capaz de ninguém olhar para a cara dele, já o ator se ele falar quem é, todo mundo quer pegar autógrafa.

- Você percebe esta distinção em seu dia-a-dia?

No dia-a-dia, em toda hora, em todo lugar. Acho que esta diferença já entrou até dentro de nós mesmos. Você entra em uma festa e está tocando uma ópera, você fica meio assim, fala : “Que lugar é esse?”. Logo já sente a diferença, as pessoas já te olham e te tratam diferente. Parece que está na sua cara, está estampado, você não nasceu para isso, você é pobre. (Vera)

O depoimento ilustrativo de Vera nos remete aos efeitos de posição e de disposição desenvolvidos por Bourdieu e Boudon. Para Vera, a sociedade é bem fragmentada em campos marcados por diferenças não apenas em relação às estruturas sociais (posições) mas também quanto as estruturas culturais/cognitiva (disposições). Ela não é rica , é pobre. A ópera, o cinema, não pertencem ao seu mundo. O seu mundo, como ela mesma diz depois, é o do pagode e do samba.

Os efeitos de posição e de disposição estão presentes também em outros depoimentos relacionados

Tem gente muito rica que convive, por exemplo, comigo que sou muito pobre. Eu não faço parte do meio deles. Agora existe gente muito rica que não gosta de conviver com pobre... (Imaculada)

Esta distinção social estrutura os bens simbólicos que os indivíduos vão administrar ao produzirem suas definições sobre o mundo em geral e em particular o da política. A idéia de disposição encontrada em Vera está presente em Márcia e determina a leitura que esta faz do atendimento do serviço público e, em última instância, determina também a sua ação.

Eu acho que os funcionários dos postos de saúde atendem a gente mal, com deboche, por um problema financeiro deles, porque eles ganham pouco e também por atenderem gente humilde, pessoas pobres. Porque o tratamento com as pessoas pobres e com as pessoas ricas é completamente diferente, você pode prestar atenção. Eu acho que a pessoa julga muito pela imagem. A pessoa pode até não ter condição financeira boa mas se ela estiver bem aparentada, bem vestida, bem arrumada, ela é tratada diferente de uma pessoa que você está notando que a pessoa tem condição pobre. Pessoa humilde é tratada diferente, tem discriminação, tem preconceito.

- E por que as pessoas não reclamam quando mal atendidas?

Não reclamam porque são pessoas humildes e se sentem culpadas por aquela situação. Não reclamam também por medo. Eles tem muito medo de

reclamar. Medo de estar errado; as pessoas não reclamam. Elas ficam inseguras, se sentindo inferior. Eu mesmo não reclamo, fico constrangida
(Márcia)

Parece importante ainda inserir aqui depoimentos que demonstrem que tal disposição dos atores estão ancoradas em situações reais e necessidades objetivas. Ainda em relação ao ponto mencionado por Márcia, o atendimento na saúde pública, Vera conta um caso concreto pelo qual passou.

Há dias atrás nós passamos por um aperto. A Angélica (sua amiga) estava sentindo dores fortes na coluna então ela falou assim comigo: “Vamos no Pronto de Socorro?” Falei: “Vamos.” Chegamos lá estava uma fila enorme, mas eu pensei que deveria ser para outros médicos. Ela não estava agüentando de dor. A moça foi logo dizendo que o caso dela era para ortopedia e aquela hora não tinha este especialista ali. Mandou lá pra Região Leste. Aí, eu falei : “Angélica, vamos para a Cotrel (hospital de JF) de uma vez”. A menina que atende lá (na Cotrel) foi logo falando que não podia atender que não estava mais fazendo atendimento ao SUS. O SUS só se fosse extrema emergência. Então eu pensei: “Você contribui a vida inteira, trabalhando, e chega em um hospital e não te atendem.” Então ela falou que o médico estava na porta e que era para eu ir conversar com ele. Aí eu fui e falei com ele assim: “A minha amiga está passando muito mal. Eu sei que isso aqui não pertence mais ao SUS, é da Santa Casa, e ela tem o plano próprio, mas a minha amiga está sentindo muita dor, não está agüentando andar”. Aí ele falou: “Mas tem que ser urgência senão não

posso atender.” Então eu falei: ” O que é urgência então? Quer que ela deite aqui no chão?”

A falta de respeito com que os cidadãos de classe social mais baixa são tratados pelos vendedores, funcionários públicos e o malogro geral da sociedade de classe média em reconhecer as contribuições econômicas e as capacidades pessoais dos mesmos, contribuem indubitavelmente para o descontentamento com o *status-quo*. Na verdade, o baixo prestígio social somado à baixa renda e o alto prestígio adicionado à elevada renda, conjugados, contribuem para reforçar um sentimento de insatisfação, injustiça, revolta entre os entrevistados.

Este capítulo sobre como os participantes da pesquisa percebem-se dentro do ambiente social é de grande importância para entendermos como o homem comum vê o mundo da política. Temos de maneira clara os efeitos da posição e disposição, tão perceptíveis em seus sistemas de crenças, aqui demonstrados, na leitura do mundo. Veremos também como esses efeitos de perspectiva criam necessariamente um quadro de referências limitado para o eleitor, e as consequências disto para a interpretação da política e, particularmente, para a interpretação do discurso eleitoral.

4.3 - A Relação com o Governo: o Desafeto e a Alienação

O político pede voto, fala que vai fazer e chega na hora e não faz. É só ganhar votos mesmo. (...) O João de Deus (vereador de JF) prometeu ele (ao marido) dar um caminhão de saibro e não deu. Ele está pelejando com o muro lá em cima e está se espirrando lá para ver se consegue o material. Só esta semana, já foi no João de Deus 3 ou 4 vezes. Ele só fala para voltar outra vez. (Rosemeire)

Na cabeça destas pessoas (que aceitam o saco de cimento pelo voto) a política para ele ... ela está assim, para onde o vento levar. Ela não está preocupada com a situação do país, com a situação dos demais, ela só vê ali ó (aponta para o umbigo). Um saco de cimento hoje vai dar para rebocar a casa dela, Nossa Senhora. Não estão nem aí para o futuro. São pessoas desligadas, desinformadas, não vê o que está acontecendo em volta. (Vera)

No primeiro depoimento Rosemeire relata a maneira como o marido decidiu seu voto para vereador e prefeito nas últimas eleições municipais. No segundo depoimento, Vera dá uma explicação para tal comportamento. Ao justificar a postura por se tratarem de pessoas desinformadas e desligadas, ela nos remete a Converse para quem, como já foi dito aqui anteriormente, o comportamento eleitoral de um indivíduo varia de acordo com seu conhecimento e com seu engajamento político.

Os dados levantados nas entrevistas corroboram Converse. Não apenas a falta de recursos cognitivos explica o comportamento do eleitor comum, mas , principalmente, a sua alienação política.

De acordo com Lane, alienação refere-se a um sentido de estranhamento entre políticos e os governantes de sua sociedade. A alienação pode ser manifesta através de sentimentos como os homens não perceberem os problemas públicos como seus problemas, ou como perceberem que o governante não é seu representante, ou seja ,trata-se de uma falta de identificação. Seria mais que um desinteresse, seria uma rejeição mesmo. O homem comum rejeitaria o sistema político como um todo, adotando como expressão de sua rejeição a apatia na medida que percebesse nenhuma possibilidade de qualquer mudança no sistema através de seu esforço.

Nas entrevistas detectamos que não se trata dos eleitores perceberem os problemas públicos como alheios, como está em Lane. De modo geral as pessoas têm uma noção de como as decisões do governo afetam a sua vida. Falavam que dependia da decisão do Governo o valor do salário que recebiam; o valor da cesta básica dependia do controle da inflação; dependia da política econômica, o incentivo ou não para geração de empregos.

Queixavam-se porém do fato de se perceberem muito mais como objeto que como sujeito da vida política. Frequentemente, lamentavam a falta de influência e a não participação na tomada de decisão de pontos que afetam diretamente suas vidas.

Infelizmente o nosso país é assim, é um país que o povo tem o direito de votar , mas votou pronto acabou ,independente do candidato ser bom ou não , independente dele fazer alguma coisa ou não, isso aí é problema nosso, votou o problema é seu, entendeu? Então eu não vejo assim um meio

de você poder..” Ah... eu votei nele. Ele me prometeu, prometeu para a cidade, para o estado, para o país, até hoje não estou vendo resultado. “ Quer dizer a gente não tem esse direito de participar, de cobrar. A gente precisava ter esse direito. Mas infelizmente , votou, pronto, acabou.(Luciana)

Ao longo das entrevistas os eleitores manifestaram não apenas um descontentamento com a situação passiva que desempenham no processo de tomada de decisão dos assuntos políticos que afetam o cotidiano mas também um necessidade de maior envolvimento entre políticos e eleitores mesmo em período não eleitoral. Muitos deles sentem falta de maiores esclarecimentos do Presidente da República a respeito de suas decisões de rotina.

Eu acho que o Fernando Henrique tem que fazer alguma coisa. A moeda sumiu, o dinheiro sumiu. Eu não sei o que está acontecendo. Eles não dão satisfação ao povo, à população. Ninguém fica sabendo direito o que aconteceu (Márcia)

Em um momento da crise econômica como a da ocasião da disputa, a insegurança parece maior entre os eleitores e por isso demandam maiores informações.

Assim é igual eu vi uma reportagem, o Presidente pegando dinheiro lá fora. Eu acho assim é um dinheiro que você não vê em que ele vai jogar fora esse dinheiro. Eu acho que merecia uma satisfação para o povo

brasileiro onde que vai colocar esse dinheiro, o que vai fazer, se é realmente esta a quantia que precisa. (Andréa)

Neste estudo, levantamos que a alienação política, nesta parcela do eleitorado, pode ser explicada basicamente pela percepção de que o governo não representa seus interesses. Ele não cuida da população mais carente, ele não pensa neste público, desta maneira os entrevistados não consideram os políticos representantes de seus interesses.

O Presidente fora da época da eleição não encontra ninguém no Congresso. Tudo pára , fica tudo vazio. Não tem nem quorum para votar projeto. Agora, quando começa esta época, eles começam a votar em favor disso e a favorecer o povo e a trabalhar exatamente para aparecer e mostrar para o povo que eles estão trabalhando. No fundo é só para aparecer , para ganhar voto, porque a maioria volta a ser candidato.(João Dário)

Os deputados tinham que representar o povo. Mas a safadeza é muito grande. Eu acho que tem muita gente lá que só pensa o lado próprio, entendeu? Quando eles cismam de votar o salário deles , eles mesmos fazem isso e não estão nem aí. Na hora de melhorar o mínimo, aí é uma choração de miséria danada, é briga, é confusão. Por que na hora de votar o deles não tem isso?

Os entrevistados no entanto ressaltam que pode até existir políticos honestos, preocupados com o público porém acrescentam que estes não sobrevivem às pressões da estrutura “podre” da política.

É pode até entrar uma pessoa de boa intenção, querendo representar o povo , mas depois vem a cachorrada e vai tudo para o mesmo barco. Não adianta ter um contra dez, não resolve.(Vera)

A maioria dos políticos pensa em si próprio, penso assim no meu consciente. Porque lá eu acho que a minoria é diferente, por isso que eles não têm forças para mudar. Se eles fossem a maioria , eles teriam força para dar mais condições, como não tem, a maioria pensa em si próprio.
(Paulo)

Os políticos são vistos pelos participantes da pesquisa como sendo auto-interessados ou representantes dos interesses dos ricos, conseqüentemente, não se preocupam com os pobres que ficam ao abandono do governo.

Então eles pensam em fazer o negócio que é bom para eles e não estão nem aí para o que o povo fala. O povo pode estar xingando , pode estar malhando mas se for bom para eles, eles quer continuar da mesma maneira.(Vera)

Eu acho que é assim, eles entram com o nome da massa pobre para se fazer, que mais depende dele, entendeu? E nisso o povo fica, ele entra com o nome do povo e depois fica para trás, prejudicado (Paulo).

Ao analisar os depoimentos acima é possível perceber que se trata de uma leitura marcada pela distinção dicotômica entre povo e elite política, entre os interesses do povo e os interesses dos políticos que facilmente podem ser igualados aos ricos. Percebe-se ainda nos depoimentos a crença já levantada no capítulo anterior de o pobre estar sempre sujeito às injustiças e à marginalização. Esta visão particular da realidade, constantemente reiterada, vai aos poucos adquirindo o caráter funcional da ideologia, colocado por Boudon. Em muitos dos depoimentos podemos perceber que a idéia de político auto-interessado e desinteressado sobre os problemas dos mais pobres era repetida e utilizada como o pacote de Boudon, ou seja, desprovida de qualquer reflexão prévia.

Eu acho que eles (os políticos), eu acho que eles estão pensando só neles. Eu não sei direito se é verdade ou se é mentira, todo mundo fala assim, é atrás de uma empresa grande sempre tem um político na moita. É que todo mundo tem alguma coisa, tem gente que tem conservadora, tem fábrica de não sei o quê, tem transportadora.(Vera)

Eu acho que qualquer político que entrar lá, não faz por amor a política, essa é a imagem que eu tenho e que acho que todo mundo tem. Todo político no fundo está tirando um proveito próprio, em benefício dele mesmo.(Márcia)

De qualquer maneira, a relação entre políticos e povo é vista por este como uma relação marcada pelo total descaso dos primeiros para com os segundos. Os segundos não vêem os políticos como representantes de seus interesses. Os eleitores percebem, neste caso, os políticos como agentes com um mandato delegativo que, uma vez eleitos não representam outros interesses além dos próprios. Neste modelo os políticos não tem a função representativa, tem-se sim e de maneira exacerbada um componente delegativo de mandatos públicos, estando ausente mecanismos efetivos de controle de ação dos governantes.

A partir da ideologia política mapeada até o momento, poder-se-ia supor que os participantes conferem pouca legitimidade ao regime democrático na medida em que acreditam que seja uma democracia baseada em segregação social. Isso quer dizer que deveriam acreditar exclusivamente que tal sistema é marcado por profunda distribuição desigual de bens materiais e de bens simbólicos e principalmente de recursos de poder através dos quais enfrentam os conflitos societários básicos. E que nesta distribuição estão em desvantagem. Contudo, em relação à democracia os sentimentos são complexos.

A vantagem da democracia é que a pessoa pode expressar livremente o que ela sente, isso para mim, essa abertura , foi um desabafo para o povo. Eu posso falar o que sinto, o outro pode falar, todo mundo pode falar o que sente que não vai ter repressão nenhuma , nesse lado foi bom. Liberou a voz do povo.

- Então o povo tem voz?

Tem, não é atendido, nem ouvido.(Paulo)

Hoje é tudo muito democrático. Você fala o que quer, você escuta o que quer, entendeu? Você tem liberdade de comunicação. Agora liberdade financeira, não. Liberdade para estudar, escolher uma faculdade, isso , não. (Bianca)

Já ao serem perguntados se permitiriam um regime ditatorial nas mãos de um presidente, argumentam que não gostariam. O que acontece é que preferem a democracia ainda que pouco justa socialmente a um regime autoritário. O segundo lhes traz a memória a idéia de revolução e falta de liberdade.

Eu não gostaria que mudasse a democracia, não. Porque agora a gente pode falar o que quer e antigamente qualquer coisa que a gente falasse era preso.(D. Neiva)

Surpreendendo a expectativa de que tais cidadãos demonstrassem pequeno apego ao regime democrático, o que podemos perceber é que a liberdade de expressão é um valor que pouco a pouco vem sendo adquirido e assimilado neste recentes anos.

Eu para mim, eu aceitaria uma ditadura ,porque eu não tenho assim, grandes ideais políticos, eu não tenho isso comigo, não, mas para quem tem, ia passar bastante aperto. No meu caso, não. Porque eu vou de casa pro trabalho, do trabalho para casa, então não ia ter problema, agora os outros, outras pessoas teriam muitos problemas. Eu lembro da época da ditadura, a pessoa parava numa esquina e falava alguma coisa, ficavam de

olho e daí a pouco a polícia pegava. Então quer dizer, se voltar isso de novo, Deus me livre, se pensar mesmo, se voltar esse negócio, “não pode falar isso, não pode falar aquilo”. Não pode. Seria um Deus nos acuda.(José Marcelo)

Os entrevistados defendiam a democracia ainda que desprovida de uma de suas condições básicas, a igualdade, por acreditarem ser um instrumento para o avanço da sociedade como um todo.

Seria péssimo se acabasse o regime democrático porque você não poderia... como se diz... Seria o Presidente falou lá e você apenas “sim, senhor”. Então estamos em um país em que nada é escondido assim. Então se aconteceu alguma coisa o repórter coloca para fora. O Fantástico mesmo, você vê, quantas coisas eles denunciam? (Larissa)

Bom com o fim da democracia ia voltar o que era. Não podia abrir a boca para falar nada que já era preso, espancado, perseguido. Você não tinha o direito de criticar uma coisa do seu interesse. Você não podia falar a respeito do governo. Eu acho importante a gente ter direito de falar, porque é comunicando que a gente consegue alguma coisa. (Paulo)

Na verdade, ao mesmo tempo em que defendem o ideal de liberdade intrínseco ao regime democrático, demonstram que o entusiasmo dos primeiros anos da democracia, muito presente na mídia, a cada eleição cede lugar ao desencanto, à apatia e mesmo à hostilidade em face de distorções que envolvem políticos, como corrupção envolvendo

membros do governo. Tais distorções inviabilizam a justiça social, que tanto defendem. O fato da política não apresentar resultados substantivos frustra os cidadãos excluídos e suscita reações de apatia ou de alienação pelo desafeto.

Bom, eu vou te falar, a pobreza tem que existir mesmo, mas demais ... A pobreza demais é um país mal governado. Eu acho que um país bem governado não existiria tanta pobreza, tanta miséria. Quando o país é bem governado, o governante dá condições de trabalho. Ele, por exemplo, ajuda o agricultor para não deixar faltar comida na cidade, ajuda a pessoa no trabalho para ela poder comprar a comida, entendeu? É na saúde, os médicos bem remunerados. (Paulo)

A situação é agravada pelo fato de que quanto mais despossuídos, sobretudo culturalmente, mais os homens comuns se vêem inclinados e obrigados a confiar em mandatários.

Eu acho que a gente responsabilize tanto o governo porque espera que ele tome uma atitude porque é uma pessoa que está com o poder nas mãos. Porque é ele que tem capacidade de modificar uma situação. (Márcia)

Desta maneira, os indivíduos entrevistados não acreditam que os políticos falem em favor deles, mas que falam, sim, no lugar deles. Insatisfeitas, estas pessoas não vêem seus interesses sendo representados, e também não se vêem preparadas para enfrentar e lutar pelos seus direitos. A situação de exclusão parece mais agravante neste momento

de modernização econômica, principalmente porque a elite tem representação dentro do Estado enquanto os demais segmentos mostram-se sem acesso aos recursos indispensáveis à sua participação na disputa por bens disponíveis.

4.4 - A Relação Cidadão Comum e Governo: Utopia

Segundo a visão de mundo que possuem, os ricos são aqueles que gozam de maior poder financeiro e maior status social, o que lhes garante maior poder de negociação em relação aos pobres e desprestigiados. Vêem os ricos como egoístas e cruéis para com os pobres. Neste mundo em que cada um puxa para o seu lado e em que os ricos gozam de maior poder de negociação, os pobres cada dia aparecem mais desprestigiados.

A gente, dizem que a gente vive em um país democrático, numa democracia. Isso se o grupo de empresários não fosse tão ganancioso. Quem tem muito, mais quer. Ele deve saber que a gente que é empregado, se ganha 100, queremos ganhar 200. Então isso aí ficam as duas partes, querendo a maior parte do bolo. Como o empresário tem muito mais poder, ele pega a parte maior do bolo e fala assim :” Se vocês quiserem ficar com o resto, fiquem, se não quiser...rua.” (José Marcelo)

A desigualdade social, como já foi levantado anteriormente, incomoda esses cidadãos que sentem nas costas o peso de suas conseqüências. Quando em entrevistas, foram convidados a deixar a realidade e a alcançar a utopia, suas idéias se dirigiam ao mundo da justiça social.

Eu acho que um mundo perfeito seria de igualdade para todos, isso aí seria perfeito. Assim, tudo bem que existisse uma diferença de classe,

mas que não fosse uma coisa injusta. Uma coisa justa que as pessoas pudessem sonhar, pensar, planejar o que fazer. Todo mundo trabalhando, todo mundo conseguiria. Mas seria tão difícil isso acontecer que não dá nem para imaginar muito. (Márcia)

Ainda no mundo da utopia, as relações de trabalho seriam amenizadas e administradas pela intervenção do governo. Acreditam que o conflito entre trabalhadores e empregadores permaneceria, até que sofresse a intervenção do Governo que amenizaria a relação, promovendo a justiça social. Parece válido ressaltar que em nenhum momento, os entrevistados buscaram se esquivar de seu papel na relação de trabalho. Trabalhar é preciso, sempre.

No mundo perfeito, as pessoas iam precisar trabalhar. Em todas as situações o trabalho é necessário. Sem trabalho não há participação. (João Dário)

O depoimento de João Dário parece carregado da valorização do trabalho que lhe foi ensinado ainda na infância e que ao longo de toda vida foi sendo cristalizada. Já levantamos anteriormente que a importância do trabalho é ensinada desde muito cedo para o homem comum. Em vários outros depoimentos podemos perceber que os mesmos possuem uma visão muito positiva do trabalho. Este ponto é fundamental para compreendermos as lições de Schutz: a vida cotidiana permeada de trabalho emprestará sua lógica própria às visões de um mundo melhor, ou seja, os mesmos valores positivos que orientam a atitude natural do dia-a-dia estarão presentes em qualquer elaboração positiva do mundo.

Em um mundo perfeito as pessoas teriam que trabalhar, sim.

Teriam que trabalhar 16 horas para que o mundo ficasse perfeito.(Bianca)

Este depoimento passa a imagem de um mundo que se aperfeiçoaria num processo de lapidação através do trabalho de seus habitantes. Também José Marcelo desenvolve este ponto de vista, do trabalho como um meio que conduziria ao mundo perfeito.

Eu acho que no mundo perfeito as pessoas tinham que trabalhar. Eu achava que ... igual descobriram aí, eu acho que foi uma reportagem sobre a Yamaha que eu vi. Lá funciona assim, a pessoa chega e trabalha 12 horas por dia. A pessoa chega 6 horas, passa no portão, marca o cartão 6 horas, entra, toma café em quinze minutos, fuma um cigarro e vai trabalhar. Então ela vai pegar 6h 30min e vai até 12h 30 min, direto. Então ela sai, almoça, vai ao banheiro, fuma, faz o que tem para fazer e pega de novo até às 18 horas. Para você vê, todo funcionário lá troca de carro de cinco em cinco ano.

Se entendemos bem o que seu José quis dizer em seu depoimento, ele acredita que trocar de carro de cinco em cinco anos significa um padrão de vida a ser alcançado em um mundo perfeito. Desta maneira, neste item, padrão de vida, os empregados da Yamaha estariam próximos do mundo perfeito. Contudo o que chama atenção em seu depoimento é o fato de acreditar que tal padrão de vida seja consequência apenas da rotina de trabalho da empresa. O termo salário foi sequer mencionado. Acreditamos

desta maneira que o argumento de seu José possa ser classificado como do tipo *quase-lógico*. Pode ser verdade que todos trabalhadores da Yamaha cumpram determinada rotina de trabalho, da mesma maneira que todos trabalhadores da Yamaha troquem de carro de cinco em cinco anos. Contudo daí inferir que todo trabalhador que cumpre rotina de trabalho troca de carro de cinco em cinco anos não parece correto. Trata-se apenas de um raciocínio particular com similaridades a uma operação lógica.

Retomemos ao ponto original de toda essa discussão, o conflito de classes e a intervenção do Governo. Para orientar um diálogo entre as partes conflitantes, os participantes acreditam ser necessário uma instituição de caráter reconciliado. Seria essa a principal função do Governo. Durante a pesquisa, os entrevistados propuseram espontaneamente que cabia a classe política promover o bem-estar dos desprivilegiados.

O governo precisava dar o melhor para a gente, não é? Assim ter mais força, mais compreensão com a gente que é pobre. A gente não tem condições de ter um plano de saúde, um convênio. (Rosa)

O governo tinha que fazer instituições de caridade , ajudar o pessoal do Norte, esse pessoal sacrificado com a seca.(Denis)

Eu gosto quando o Fernando Henrique fala que vai dar mais condições para as pessoas mais humildes. Pra pessoa ter, como se diz, como alimentar direito, ter colégio ...olhar para as necessidades da classe inferior.(Paulo)

Eu acho que o governo deveria investir mais na saúde, na educação e em muita coisa, não é? É que as vezes a gente vê tanta obra perdida, parada. O país está devendo e ao mesmo tempo é caminhão de arroz que estraga, é comida abandonada. É dinheiro sendo jogado fora, sendo que podia fazer um hospital, por exemplo.(Vera)

Embora acreditem ser o Governo o melhor ator para administrar os recursos de modo a diminuir a desigualdade social que tanto lhes incomoda, não acreditam que tal processo dê certo. De acordo com os entrevistados, os políticos não são capazes de promover tal justiça social, uma vez que estão preocupados apenas com seus próprios interesses e com que possa lhes render maiores benefícios. A imagem que possuem do Estado é de uma estrutura formada basicamente por políticos e burocratas auto-interessados e, conseqüentemente, corruptos.

O governo não resolve muita coisa por causa de, por exemplo, o governo ele manda verba mas aquilo não fica só na mão dele, vai passando de mão em mão. Então, manda tanto e outro embolsa tanto. As pessoas são irresponsáveis. O governo fica em situação difícil porque ele manda a verba e de repente o outro vai lá e embolsa. (Larissa)

O que a gente vê na televisão e o que a gente lê nos jornais, porque de vez enquanto eu leio um jornal, a gente nota logo assim que as pessoas bem estudadas, pessoas formadas, levam muita vantagem com esse dinheiro. A gente vê falar que o Dr. Fulano de Tal levou 2 milhões do INPS. O advogado Fulano de Tal, foi para conta dele três milhões. Quer dizer, a

gente só ouve falar disso. Depois vem a história, de onde repercute esse dinheiro que sumiu: Ah, o sujeito morreu na fila lá do hospital público porque não teve atendimento. Aí vem a justificativa : O nosso posto vive fechado porque não tem médico, não tem remédio, não tem material adequado. (José Marcelo)

Outro dia eu vi na televisão que o Presidente teria pago deputados para poder concorrer de novo à Presidência, quer dizer, dinheiro que podia estar sendo repassado para hospitais. (José Marcelo)

Assim, a partir das experiências com o atendimento do serviço público em geral, particularmente no que se refere a saúde e a educação, e da conseqüente disposição que tal situação ocasiona , as pessoas pertencentes ao estrato social mais baixo sonham com um político que seja suficientemente capacitado para falar em nome deles mas que seja ao mesmo tempo suficientemente justo , honesto, abnegado para falar em favor do povo. Sonham com um líder assim como o lendário personagem Robin Hood, que possuía a benevolência com os mais oprimidos e não se curvava a crueldade dos poderosos.

Honesto, dinâmico que faça para a sociedade, principalmente para os mais carentes.(Bianca)

O governo precisa ser caridoso.(D.Neiva)

O governo precisava oferecer amparo aos mais carentes. (Paulo)

Nesta etapa do trabalho buscamos apresentar a parte mais significativa da ideologia política levantada durante a coleta de dados. Acreditamos que o que foi dito pode explicar satisfatoriamente a recepção dos discursos das campanhas para a Presidência da República, em 1998. Antes de analisar os discursos propriamente ditos, é necessário examinar os recursos cognitivos que os eleitores possuíam e utilizavam no processamento das mensagens.

4.4 - Defasagem Cognitiva

Os eleitores analisados trabalham com um número limitado de informações, que são capazes de processar. Sem ultrapassarem oito anos de escolaridade, sentem dificuldades em compreender os assuntos da política e o funcionamento da sua ordem.

Diante desse quadro de defasagem cognitiva os eleitores buscam apenas aquelas informações que venham diminuir as chances de erros que lhe pareçam custosos no futuro. Assim, quando o custo de prestar atenção a uma informação é alto e excede o seu valor de uso, as pessoas tendem a descartar a informação.

No caso específico, tal defasagem cognitiva acrescida da alienação política influencia o processo persuasivo do discurso eleitoral. Na medida em que os homens comuns não consideram os candidatos, qualquer que seja ele, os representantes dos seus interesses, uma vez eleitos, o valor de uso da informação sobre o voto parece pequeno em relação ao custo de prestar atenção nos assuntos da política em uma situação de escassos recursos cognitivos.

Uma alternativa então é tentar reduzir o custo da informação, acessando pacotes de idéias baseados nos valores ou nas experiências cotidianas para selecionar e processar as mensagens veiculadas pela mídia. Elidiane, por exemplo, colocou em sua primeira entrevista como um dos principais problemas do país, a discriminação social e racial. Já em setembro, em nosso último encontro, contou que assistira uma entrevista com o candidato Ciro Gomes na TV e que havia gostado muito. Então pedimos que contasse como havia sido a entrevista. Elidiane disse ter lembrado muito sobre o que ele falou sobre educação e saúde, áreas que são de seu interesse na medida em que é estudante e pretende vir a ser enfermeira. Então, perguntamos:

- O que o Ciro Gomes falou a respeito da saúde?

Falou de melhorar, instalar negócio de enfermeiro e acabar com esse negócio do SUS e de plano de saúde. Quem tem plano de saúde é mais bem tratado que quem tem INPS. Os médicos não estão ligando.

- Ele falou como vai solucionar este problema?

Como ele vai solucionar eu não entendi bem, mas falar, ele falou. Ele quer fazer com que o atendimento seja o mesmo, ter um plano mais acessível para rico e pobre. Que todo mundo tenha a mesma condição de vida para não ter diferença entre pobre e rico, que tudo é humano

Ao narrar a entrevista que havia assistido foi possível detectar como a falta de conhecimento limitou a recepção e o processamento do discurso de Ciro Gomes. Elidiane utilizou-se na ocasião basicamente de sua ideologia, particularmente de sua aversão a desigualdade social, para assimilar as informações veiculadas. O processo persuasivo foi possível somente porque Ciro abordou pontos que refletiam visões particularistas da realidade de Elidiane.

Se Elidiane utilizou-se de seus valores e juízos para estruturar seu pacote de idéias, Larissa em muitos pontos de suas entrevistas utilizou-se do campo de conhecimento que mais domina, os assuntos das TV, para explicar os mais diversos pontos da política. Ao ser perguntada sobre a existência dos conflitos sociais, respondeu:

*Existe porque financeiramente é um cutucando o outro. Tipo assim
... Uma Vera Loyola aí, na Xuxa, ficou criticando a Carmem Mayrink*

Veiga. Eu acho desagradável. Se o outro está lá com um barbante amarrado no corpo, o problema é dela. Então eles ficam intrigando, fazendo fofoquinha. Tipo a Xuxa com a Beth Safir, essa mãe do Luciano, umas coisas bobinhas. Você tem que respeitar o outro, o que o outro veste, a maneira dele de pensar e não ficar com futilidades.

- Mas Larissa e a respeito de conflito assim de classe como entre ricos e pobres?

Tem o pobre. O Roberto Carlos, aí, empregado dele estava levando ele na Justiça do Trabalho porque não pagava hora extra. Eles também reivindicam bom salários.

Esse procedimento de substituir conhecimentos sobre a política por conhecimentos advindos do cotidiano ao elaborarem suas explicações foi muito freqüente entre os entrevistados. Ao falarem sobre os motivos do desemprego, o grande tema da campanha, os entrevistados utilizaram-se de suas experiências cotidianas, manipulando seu estoque de conhecimento.

Esta onda de desemprego, eu não sei o que é que está acontecendo porque eu politicamente assim eu não sei nada. Eu trabalho na rua, externo, é área de vendas, eu não estou conseguindo vender nada. Você chega para vender alguma coisa e só escuta: “Ah, eu estou fechando”. Eu penso desta maneira, que eu escuto as pessoas dizerem: “Eu tinha tantos funcionários e hoje eu estou com tantos porque e não tenho como pagar. Eu não agüento mais pagar imposto”. E também tem essa coisa do

computador, a tecnologia vem avançando demais, quer dizer vai ocupando o lugar do homem. (Vera)

Caiu muito a margem de emprego até para a gente que trabalha com construção civil, igualzinho eu que sou autônomo e está muito difícil pegar serviço. Dizem que o governo diz que está tudo estabilizado, mas eu não acredito nisso porque a cada momento você encontra preços diferentes. A gente que trabalha e que precisa de um construtor que pega serviço para frente, eles falam que está aumentando tudo e que atrapalha a construção civil. Eu acho que não é só a construção civil, outras firmas, está tendo pouca saída de coisas que a pessoa tem para vender, então a pessoa é dispensada do trabalho.(Paulo)

Vale a pena citar ainda neste capítulo, alguns conceitos de ignorância política desenvolvidos por Lane e perfeitamente aplicáveis ao nosso estudo. Quando perguntamos aos participantes das entrevistas se eles assistiam as notícias sobre a política, a grande parte deles responderam que não acompanhavam com frequência. Os entrevistados mais novos como Bianca, Denis, Ângelo e Luciana justificaram não acompanhar nem os noticiários e nem o Horário Eleitoral porque consideravam-nos muito chatos, sempre os políticos apresentavam as mesmas promessas e não cumpriam, aliás os assuntos da política, consideravam chatos. Consideravam o Horário do TRE “uma lengalenga, um papo furado”. Desta maneira optavam por não assisti-lo assim como faziam com as notícias sobre política em geral que aparecem na televisão. Tal comportamento pode ser explicado por uma questão de alienação política acrescida de defasagem cognitiva dos rapazes que impede que percebam qualquer valor de uso nas informações veiculadas pelo Horário Eleitoral, como já foi

explicado a cima, ou ainda pelo conceito de ignorância socializante, de acordo com qual a ignorância de um fato impopular como a política impede estes jovens eleitores de cometer uma gafe social.

O outro conceito de ignorância que também parece aplicável a este trabalho é o de *ignorância catártica*, quando a pessoa precisa de suas inclinações inatas para poder descarregar seus sentimentos coléricos sobre os políticos. Os indivíduos constroem imagens sobre o sistema da política, sobre os políticos e a partir daí se fecham para informações a respeito do mesmo de modo a conservar a sua posição. Isso foi perceptível principalmente entre os eleitores que rejeitavam a campanha de Lula. José Marcelo, por exemplo, tem a imagem de Lula como um baderneiro, que gosta de fazer greves. Assistia a todos os programas, sabia reproduzir até mesmo o discurso do candidato nanico João de Deus, no entanto não gostava de assistir ao programa do Lula. Sabia a proposta de Fernando Henrique mas não sabia a de Lula, e se recusava a ver para aprender porque o considerava entre outras coisas irresponsável. Ou seja, na verdade, a ignorância catártica pode ser considerada uma consequência da recepção seletiva e dos efeitos de disposição. José Marcelo para manter sua visão do candidato se negava a conhecer as propostas de Lula, negava o diálogo.

Uma vez tendo analisado a ideologia política dos eleitores e levantado as limitações impostas pela sua defasagem cognitiva, acredito ser enriquecedor fazer uma breve descrição sobre as predisposições dos participantes sobre os temas da agenda pública, particularmente, sobre as questões econômicas que pautaram o debate da campanha. A seguir, discutiremos com os participantes das entrevistas sobre a importância do Horário Eleitoral. Uma análise aprofundada dos efeitos do Horário Eleitoral no entanto estará presente na análise do material empírico levantado pelos grupos de discussão.

4.5 - A Avaliação da Agenda Pública

Ao longo dos sete meses que antecederam o pleito, através das entrevistas em profundidade, podemos acompanhar como a partir de sua ideologia e de sua defasagem cognitiva o homem comum ia avaliando as questões da agenda pública. Podemos perceber que na maioria das vezes de fato a postura que seria manifesta no voto já estava em processo de formação antes mesmo do início da campanha eleitoral. Muitos dos entrevistados selecionavam as mensagens veiculadas nas campanhas de modo a reforçar suas visões sobre as questões pautadas.

Em abril, os entrevistados possuíam a seguinte visão do quadro político:

Ah, eu acho que é assim, o custo de vida está muito difícil. Está muito caro as coisas, não é? Eu principalmente tem um ano que estou procurando emprego e não consigo.(Bianca)

Muitos desempregados, isto a gente tem ouvido falar todo dia nos noticiários. Eu mesma tive esse problema de desemprego, e eu acho que está muito grave mesmo. (Márcia)

Hoje eu acho que o país está passando uma fase horrível, não é? Com relação a saúde, educação, desemprego. Está todo mundo meio desesperado. (Vera)

O desemprego já era naquela ocasião visto como o principal problema pelo qual o país passava e, desta maneira, já se previa que os assuntos da economia seriam a grande questão do debate eleitoral. De fato, ainda que os eleitores estivessem reprovando enfaticamente a situação da saúde pública em seus depoimentos, vistos como um dos principais problemas do país, na ocasião da campanha , o assunto ficou para um segundo plano no debate.

A política econômica adotada pelo Governo Federal e particularmente o Plano Real pautou os discursos das campanhas. Enquanto a campanha do candidato do PSDB, enfatizava que o Plano havia acabado com a inflação e estabilizado a economia, possibilitando uma melhora na qualidade de vida das pessoas mais carentes, a campanha de Lula responsabilizava Fernando Henrique Cardoso pela situação de desemprego do país. Para Lula, a política econômica adotada pelo Presidente a fim de manter o Real com juros altos e recessão estava ocasionado o desemprego. Entre os eleitores, também percebia-se facções, havia os pró-Real e os anti-Real.

Eu tenho a opinião que com este plano dele, nós não ganhamos nada. Só perdemos. Mas tem muita gente que com esse salário mínimo, com a mudança que ele fez, conseguiu muita coisa. Por exemplo, antigamente, antes dele entrar, quem ganhava salário mínimo não podia comprar um rádio de pilha financiado. Porque se comprava um aparelho de som, ele custava 300 Oreais, e você ganhava 100. Você não podia comprar. Eram duas prestações de 150, não tinha menor. Com o Fernando Henrique, essa moeda mudou o país, abriu o crediário.(José Marcelo)

Eu acho assim, que foi uma ilusão o Real. Muita gente achou que aumentou o dinheiro. Eu acho que caiu muito. Facilitou muito as compras mas eu acho que o dinheiro não está chegando nas mãos das pessoas.
(Andréa)

Eu acho que o Real foi bem iniciado, mas agora, chegou a ponto de ser iludido. O dinheiro não está aparecendo, a moeda está desaparecendo, está bem escassa.(Paulo)

O Real ficou ruim exatamente pela falta de cuidado de olhar. Começou bem, mas houve uma falha do governo em não acompanhar, deixou nas mãos dos especuladores, deixou nas mãos dos grandes empresários e aí eles fazem o que eles querem. Ele não teve pulso e nem capacidade para segurar, foi cedendo aos empresários.(João Dário)

Com o Real ele realmente derrubou a inflação, não foi a toa. A inflação foi uma das menores. Nós que trabalhamos com o cliente particular, tivemos um benefício fantástico. É muito difícil trabalhar com a inflação. Tanto na hora de comprar a mercadoria quanto na hora de vender os salgados. (Jorge)

Eu fico irritada porque eles falam que a inflação está baixa e eu não vejo isso, não. Mas para a gente que não tem dinheiro, a gente sente. A gente come mal. Na minha casa a gente come arroz, feijão, verdura e é muito difícil ter ovo. (Imaculada)

O Real está bom, antigamente, os preços subiam muito. Eu estou gostando do Real. Vou votar no Fernando Henrique de novo. Gosto dele porque os preços estão melhores que antigamente. Está ruim, não. Para comer está bom. Para ir ao supermercado, pra comprar roupa, está bom.

(D. Ana)

O depoimento de D. Ana indica uma tendência. Podemos perceber que, geralmente, os eleitores que mostravam-se minimamente satisfeitos com o Real, tendiam a votar em Fernando Henrique, enquanto os eleitores que desaprovavam o Plano votavam em Lula.

Igual eu e meu marido estávamos conversando, meu marido vai votar nele (Fernando Henrique), eu não vou votar nele, não. O meu marido estava falando que a gente tinha que votar nele porque se ele continuar pelo menos do jeito que está , porque o salário está pequenininho, mas pelo menos, por exemplo, eu fui fazer umas comprinhas essa semana, com 100 reais e não comprei muita coisa não, comprei pouca coisa, mas, igual meu marido falou, se continuar desta maneira, está bom. Vamos ver se ele vai continuar .

E por que a senhora não pretende votar no Fernando Henrique?

- *Ah, eu acho esse salário muito pouco, 130 reais. É na verdade que com 100 reais você vai ao supermercado fazer umas comprinhas, mas*

vamos supor, a pessoa ganha 130, faz uma compra com 100, sobra 30 para ela pagar água, luz, gás, não dá para pagar. (D. Neiva)

O relato de D. Neiva sobre a conversa com o marido ilustra um comportamento eleitoral muito detectado nas entrevistas e nos grupos de discussão. Os eleitores adotaram naquele pleito uma postura satisfacionista. Os eleitores minimamente satisfeitos com Fernando Henrique, como o marido da D. Neiva por exemplo, decidiam por Fernando Henrique. Os eleitores insatisfeitos com o Presidente, como a entrevistada, votavam contra o candidato do PSDB. Tal comportamento será melhor explorado na análise dos grupos. Na ocasião da realização dos grupos os participantes apresentaram argumentos judiciários sobre o Plano Real e o Governo Fernando Henrique na elaboração de suas justificativas de voto.

Como já foi falado anteriormente, também, a análise da recepção do Horário Eleitoral se encontra nos estudos do material empírico sobre os grupos, contudo decidimos que seria importante explorar a audiência do Horário Eleitoral entre os entrevistados. Na verdade, o que nos motivou a fazer este levantamento foi a crítica constantemente feita à eficiência do Programa Eleitoral como difusor de informações políticas. A crítica se resume a premissa de que uma parcela significativa das pessoas não assiste ao Horário Eleitoral, e logo, infere-se, seu efeito é reduzido. Contudo, como será visto a seguir, não é preciso assisti-lo para ser influenciado pelo mesmo.

4.6 - A Audiência do Horário Eleitoral entre os Entrevistados

Quando eram perguntados se assistiam ao Horário Eleitoral, grande parte dos participantes da pesquisa respondiam que não acompanhavam com frequência, mas que ao longo da campanha já haviam assistido algumas vezes. Contudo ao longo da pesquisa foi possível perceber que, embora tenham assistido a poucos programas, de alguma maneira, os participantes estavam tendo acesso às mensagens da propaganda. O caso de Jorge é ilustrativo, ele que defendia Fernando Henrique desde a primeira entrevista em maio utilizando o discurso da manutenção do Real, acrescentou em sua defesa, o discurso divulgado pela campanha do PSDB sobre a maior competência e o maior preparo do Presidente para enfrentar os efeitos da crise financeira internacional no país. É um claro exemplo de pacote de idéias, nos termos de Boudon, incorporado ao discurso cotidiano.

Elidiane disse que raramente assistia a propaganda eleitoral. Quando perguntada se costumava conversar sobre o Horário do TRE com os amigos e parentes, Elidiane respondeu que sempre saía este assunto na Escola, a professora gostava de comentar sobre os candidatos. Prosseguindo, contou que certa vez, o assunto foi o programa de Fernando Henrique em que ele apresentava propostas para a solução do problema da seca no Nordeste. A professora comentou que o candidato não cumpriria as suas promessas porque recentemente havia tratado com descaso as famílias que sofriam com a seca. Elidiane que não havia visto aquele programa, concordou com a professora que o candidato não resolveria o problema da seca. O argumento decisivo para a persuasão de Elidiane foi o apresentado pela professora de que Fernando Henrique não se importa com os problemas dos mais pobres. Elidiane que durante entrevistas havia citado a

segregação social como um dos principais problemas do país foi convencida pela argumentação. Contudo, não concordou com a professora quando esta defendeu os saques.

Eu não sei, eu não concordo com isso. Lá em casa, a minha mãe sempre ensinou a gente a ser de muita educação. Podiam até estar com fome mas tinha outra maneira para resolver. Saquear, não.

D. Neiva mesmo sem ter acompanhado o horário do TRE, disse ter conversado com sua vizinha D. Aurora e com a família a respeito. Neiva conta que D. Aurora puxou o assunto perguntando a ela se estava assistindo ao Horário Eleitoral. Respondeu que não porque estava acompanhando a novena. D. Aurora, então, contou sobre os programas de Fernando Henrique, seu candidato, e reproduziu o discurso de campanha do PSDB do controle da inflação, da estabilidade da moeda. Começou lembrando a amiga de como era a remarcação dos preços nos supermercados há cinco, seis anos atrás, e concluiu argumentando que se não fosse a estabilização da economia, proporcionada pelo Plano Real, certamente D. Neiva não teria conseguido se organizar e comprar o terreno em que estava começando a construir a casa que tanto sonhara. Se o argumento inicial de D. Aurora não sensibilizou a amiga, o argumento final parece ter balançado as convicções anti-Fernando Henrique de D. Neiva:

Ainda não sei se vou votar no Henrique. Mas o que ela falou está certo. Acho que por isso também que meu marido vota nele. Mas em todos os casos vou parar de falar mal do homem.

Os depoimentos acima demonstram que embora os eleitores não acompanhem diariamente o Horário do TRE, eles podem ter sua postura sobre o voto influenciada pela propaganda veiculada pela TV, se esta for um reforço de certas visões próprias já estruturadas pelo cotidiano das pessoas. Estes depoimentos também demonstram o efeito, indireto, da persuasão do Horário Eleitoral. De fato, no contexto estudado em que complexas informações devem ser processadas a partir de escassos conhecimentos, a reprodução, ou mesmo a *tradução*, de um discurso de campanha por um amigo ou parente pode facilitar o processo persuasivo.

Após o estudo da ideologia política dos eleitores comuns, depois de conhecermos as limitações impostas pela defasagem cognitiva e tendo já levantado as predisposições deste eleitorado em relação às questões que pautariam o discurso eleitoral, acreditamos estar bem munidos para analisar como os homens selecionaram e processaram as mensagens veiculadas pelo Horário Eleitoral na campanha para a Presidência da República em 1998.

5 - Análise dos Grupos de Discussão

A seguir procederemos a análise do material empírico dos grupos de discussão, cuja dinâmica foi submeter eleitores, no perfil da pesquisa, à audiência do horário eleitoral para Presidente e, em seguida, estimular um debate sobre a campanha. Os debates foram gravados e filmados além de monitorados na sala ao lado do experimento, o que permitia aos pesquisadores levantarem imediatamente questões, que eram repassadas para a debatedora. Maiores informações serão detalhadas na seção metodológica. Por razões operacionais de transcrição os membros dos grupos foram identificados por um código composto de uma letra e um número. A letra designa o grupo com uma data específica e o número a posição do eleitor na mesa de debates em relação ao debatedor. A data ao final das citações indica o dia e mês de realização do grupo.

Uma informação importante para a compreensão da análise que se segue é o fato de, a despeito da vitória em primeiro turno do Presidente Cardoso, em Juiz de Fora, venceu o candidato de oposição Lula o que explicará a maior incidência de opiniões favoráveis a esse candidato. É sumamente importante frisar que nosso experimento não visou, em momento algum, explicar resultados eleitorais como normalmente se espera de pesquisas mercadológicas ou mesmo de pesquisas eleitorais de caráter mais tradicional. Nosso objetivo é contribuir para clarear uma teoria explicativa da escolha eleitoral em termos da manipulação cognitiva que eleitores sub-informados e socialmente desfavorecidos têm de fazer para decidir seu voto. Isso dará o tom dos cortes que fizemos do material empírico e dos trechos que elegemos como pontes para o exercício de aproximar nossos conceitos teóricos das opiniões concretas surgidas na experiência.

5.1 - Os Integrantes dos Grupos

Aproximadamente 200 pessoas participaram dos grupos de discussão realizados por esta pesquisa. Olhando os questionários de seleção para os grupos vemos que são pedreiros, mecânicos, manicures, balconistas, cozinheiros, donas de casa, secretárias, motoristas, vigilantes, porteiros. Pessoas que poderíamos definir estereotipadamente, com base em impressões passadas por eles, da seguinte maneira: gente que acorda cedo, trabalha muito, ganha pouco, mas que vai seguindo a vida. Na hora do aperto se apega em Deus, enquanto reclama do salário injusto, na hora da alegria, renega a importância do dinheiro e pensa que importante mesmo é a saúde e a família. Têm na televisão a maior fonte de notícias e entretenimento, que reforçam ou renegam com base em experiências próprias e suas conversações cotidianas.

Ao chegarem à UFJF para participarem do laboratório, vinham de banho tomado e bem vestidos. Chegavam tímidos mas aos poucos iam entrosando uns com os outros, de modo que, depois do debate, na hora do lanche, se permitiam até mesmo brincadeiras irônicas entre eles. Os que haviam dormido ou falado demais e, em alguns casos, os que haviam defendido Fernando Henrique Cardoso ao longo do debate eram as maiores vítimas das gozações. Ao final, o comentário é que tinham gostado muito e não foram poucos os que pediram, seja para participar outras vezes, seja uma cópia da fita ou mesmo qualquer recordação do momento. O contado com tais pessoas era restrito, não passava de três ou quatro horas. Eram trazidos, assistiam ao programa, debatiam o tema, lanchavam e eram levados embora.

Assim como fizemos com os participantes das entrevistas em profundidade, também podemos classificar preliminarmente os integrantes dos grupos em três tipos de

eleitores comuns. Primeiramente os mais universalistas, como já definido anteriormente, possuíam maior número de informações e utilizavam-nas na construção de seus argumentos. Tinham experiência de trato com políticos locais e opiniões fundadas nessas experiências. Eram geralmente homens de aproximadamente 40 anos que demonstravam ser o assunto da política uma parte da vida, senão do cotidiano pelo menos um tema familiar quando chega sua época, como outros tantos. Por isso demonstravam ter maior conhecimento, desenvoltura e segurança ao expor seu pensamento. Logo apresentavam poder de liderança, capacidade de influir sobre o grupo.

N5: O que eu entendo de política é muito pouco mas eu vejo bem a frente. O que eu converso com as pessoas, aquilo eu guardo bem para mim.
(15/09)

O depoimento demonstra que o eleitor tem interesse pelo tema, conversa a respeito e tem a preocupação de reter o conhecimento de modo a utilizá-lo posteriormente conforme sua conveniência. Contudo, podemos perceber que a grande maioria dos entrevistados não possuíam tal preocupação. Demonstravam passar todo o período entre eleições afastados do tema, despertando levemente o interesse para a política apenas no período eleitoral, quando chamados a obrigação do voto. Estes eleitores desinformados e a busca de uma decisão de voto demonstraram ser os mais influenciáveis pela propaganda política e principalmente pela opinião dos que consideravam mais esclarecidos.

B9: Mas o povo, se ele não vê o Horário Eleitoral não tem como conhecer os candidatos porque a maioria das pessoas não tem condições de ler um bom artigo que fale realmente o que são os políticos, então o pessoal fica perdido. O povo tinha que ter mais informação sobre os candidatos , porque é só na época de política que ouve falar, o que eles estão fazendo, o que está sendo aprovado no Congresso.(20/08)

Não podemos deixar passar despercebido o termo utilizado pelo integrante "época da política". Como já foi visto nesta pesquisa, e ainda vamos retornar ao assunto mais a frente, estamos lidando com atores que se consideram excluídos do mundo da política. A este mundo são convidados apenas na época das eleições. Por isso, o integrante chamou de época de campanha eleitoral como a época da política, é a época em que, convidados a participar, devem corresponder, precisam elaborar o voto. Desta maneira, se até o momento a informação sobre política possuíam nenhuma utilidade para o homem comum, ela começa a ganhar importância.

Há ainda os eleitores que chamamos de não-acessíveis. Nestes, em nenhum momento a informação política despertava interesse. Qualquer informação custa caro se o benefício é zero. Mostram-se altamente desinteressados "alienados", nos termos de Lane, a respeito da política. Esta trata-se de um jogo que ainda que convidados à mesa, não estão dispostos a jogar, pois acham que só tem a perder

A6: Todo mundo que entrar lá vai ser a mesma coisa. Ninguém pode mudar nada . É a mesma coisa. (18/08)

C7: Todos os programas para mim não me incentivou, não me convenceu a votar. Para mim é tudo uma ilusão completa, não me causou esperança nenhuma. Não tem nada de concreto, nada de diferente. (22/08)

Em comum, todos os depoimentos fornecidos ao longo dos debates, independente da classificação dos integrantes, são caracterizados por poucos termos abstratos do mundo da política e a presença marcante da ideologia e do estoque de conhecimentos cotidiano, conforme pensado por Schutz: questões gerais sobre emprego, saúde e educação só tinham sentido quando enquadradas na lógica da experiência comum e decifradas a partir delas. Esta será uma das linhas maiores presentes no material que analisaremos em seguida.

5.2 - Ideologia e Recepção

Nosso objetivo é mostrar como a ideologia política do eleitor comum ou seja, seus pacotes de idéias operatórias influenciam o processamento cognitivo das mensagens veiculadas pelo horário eleitoral na campanha para Presidente da República, em 1998. Nossa experiência apontou que a atenção dos eleitores em relação à propaganda da TV, bem como a sua retenção de informações, é crucialmente influenciada por tais idéias operatórias que, embora possam teoricamente ser modificadas pela mensagem persuasiva do vídeo, costumam, predominantemente, no processo inverso adaptar o conteúdo das mensagens às suas limitadas habilidades cognitivas julgando-as com base nelas.

A partir da análise dos discursos pudemos perceber o sentido utilitário da ideologia, na medida em que, como veremos, as crenças ideológicas fundamentavam para os integrantes, razões para suas posturas. Pudemos perceber que, em casos extremos, os eleitores quando perguntados a respeito da propaganda política respondiam de maneira aparentemente aleatória. Nem sempre a resposta ligava-se claramente à pergunta formulada. Eram situações, voltamos a ressaltar, extremas, em que o integrante, sem qualquer conhecimento para elaborar o seu discurso, voltava-se para questões que podiam julgar através de sua ideologia. Observe-se o seguinte exemplo:

Deb: O que você achou do programa do Fernando Henrique em relação ao que foi dito sobre o FMI?

M1: Eu acho que o Fernando Henrique, um homem que fala que o trabalhador que aposenta com 30 anos de trabalho é vagabundo. O que é isso? (12/09)

Na maior parte das vezes, no entanto, as respostas estavam vinculadas às perguntas. Os argumentos podiam estar baseados em julgamentos, valores, experiências do dia-a-dia, experiências do passado ou em notícias veiculadas na mídia.

J9 : Eu acho que deveriam investir mais na saúde e educação porque como mostra, muitas vezes eu acompanho, no JN, uma mulher, por exemplo, foi tentar ganhar filho e quando chegou no hospital, não tinha vaga para ela. Onde é que já se viu um negócio desses? (08/09)

Idéias que já foram válidas em outros contextos históricos eram retomadas e aplicadas, como opiniões válidas para a atual situação do país. Elas demonstram um estoque de conhecimento de idéias que foram amplamente divulgadas pela mídia em outros tempos e que podiam ser recuperadas e expostas no debate, passando por opiniões corretas, uma vez que não eram desafiadas, como por exemplo:

I5: Onde o Brasil tá pecando mais é na exportação, hoje o Brasil tá vivendo mais de exportação do que...

I2: É justamente aí o ponto que eu queria chegar. Eles pega nossas coisas boa manda tudo lá pra fora barato e a gente fica aí.

I5: mas aí o que acontece eu acho que o próprio empresário brasileiro é...

I2: Mas o FH é que facilitou essa saída de coisa nossa lá pra fora e não tá facilitando a nossa vida aqui dentro.(05/09)

O trecho acima é complexo pois combina um argumento fora do tempo com outro que vem sendo reiterado pelos críticos do governo. Primeiramente não é verdade que o Brasil, desde o plano Real, esteja conseguindo ser um país exportador, ao contrário, tornou-se importador e, pelo menos até a época da eleição, os produtos brasileiros perderam competitividade devido ao câmbio desfavorável. Assim a crítica do cidadão, que seria pertinente a alguns anos atrás, quando o modelo exportador era regra e o Brasil tinha realmente a fama de vender o que tinha de melhor e ficar com produtos piores no mercado interno, não procedia para o contexto da eleição. Isso é plenamente compreensível, uma vez que não sendo um acompanhante assíduo dos problemas de economia política o cidadão não pode saber exatamente que aquela opinião, válida durante tantos anos, estava defasada se apreciada com profundidade. No contexto do debate ele apareceu contudo uma opinião bem informada e funcionou para se ligar a uma opinião corrente: a de que o atual governo tem dado mais atenção às questões econômicas externas que aos problemas internos da população. Esse foi um caso de argumento defasado no tempo associado a uma crítica corrente nos tempos atuais. São argumentos aparentemente lógicos que satisfazem para o contexto uma noção de conhecimento embasado. Teremos oportunidade mais a frente de analisar melhor as estruturas quase-lógicas da argumentação desses debates nos termos da teoria exposta com base em Toulmin.

Fundamentalmente as experiências do cotidiano eram a âncora que permitiam apreciações sobre o debate político. Ao comentar uma fala da propaganda sobre a necessidade do trabalhador brasileiro comer melhor o eleitor recorreu ao seu cotidiano:

H3: Né, O Fernando Henrique, o pião ele precisa de alimento, por que o trabalho dele é pesado, igual eu, eu sou servente na EMBRAPA, eu

trabalho de 7:00 às 16:30 então eu chego em jejum na EMBRAPA, por que eu levanto em Santa Terezinha as 5:00 hs., venho para cá aí, eles não pensam nisso não, o nosso café é as 9:00 hs., aí a gente vai em jejum, um cafezinho, aí você leva um pãozinho para as 9:00 hs, eu ainda posso levar um pãozinho com manteiga, um para as 9 outro para as 15:00 hs. E os braçais e aqueles que roçam lá na EMBRAPA, aqueles mato lá e os pedreiro e os gari de rua, aí do mundo se não tivesse gari... é o salário mais baixo, menos respeitado, não eu não gosto de política não, não gosto mesmo não, eu gosto lá pro Japão, não sei pra onde e nós aqui e eles lá depois fica passando a mão na cabeça...

No trecho acima notamos a dificuldade de estruturação de um argumento, mas percebemos claramente as ênfases nas repetições, que aumentam a dramaticidade do depoimento e a conclusão final marcando uma posição de excluído e de hostilidade à política. Todos esses pontos se estruturam na percepção de suas dificuldades pessoais ligadas ao seu dia-a-dia.

Os parâmetros de análise que se seguem irão então enfatizar a ancoragem das opiniões à vida cotidiana e os conseqüentes efeitos de posição e disposição que alteram as perspectivas que esses eleitores tem da política. Também será para nós fundamental perceber as estruturas quase-lógicas da argumentação surgida nos debates convivendo lado a lado com formulações nitidamente contraditórias ou simplesmente inconsistentes.

5.2.1 - A Argumentação Quase-Lógica

Conforme esboçamos na parte teórica precedente um dos elementos essenciais à operação dos pacotes ideológicos é a natureza quase-lógica dos argumentos que compõem o discurso dos indivíduos. Por esta expressão devemos entender, conforme Toulmin e Boudon que a *aparência* dos argumentos no discurso comum (entenda-se, em princípio, um discurso não-crítico ou não-científico) sendo formalizável logicamente em termos de premissa e conclusão tem um efeito decisivo na sua validade para os usos cotidianos.

A idéia de que a aparência lógica pode determinar o peso persuasivo de um argumento é uma das principais noções da moderna teoria da argumentação e tivemos oportunidade de perceber ricamente tais estruturas em nosso experimento. O grupo realizado em 27 de agosto, um eleitor assistiu ao programa do candidato Lula, dedicado especialmente a agricultura, e processou as mensagens veiculadas a partir de sua experiência cotidiana passada, de um tempo em que se produzia no quintal de casa ou mesmo evocando uma noção cultural, poder-se-ia dizer mítica, da fertilidade infinita da terra brasileira e da solução para o nordeste do país.

E8: O Brasil tem muita terra, que se irrigar onde tem água, a terra é boa. O Brasil podia ser o maior importador de qualquer verdura, legume, fruta. A terra é muito boa, a terra que a gente tem. É só você jogar água que dá. Então se o Brasil tem a terra muito boa, ele podia ser um dos maiores importador de qualquer legume e fruta. Não precisava entrar fruta e legume. O Brasil viraria um país forte nesta parte aí de

alimentação. Tem que arrumar um jeito de irrigar que vai dar emprego para todo mundo. Se eles fizessem o que tinha que fazer no Brasil, o Brasil seria um grande país do mundo.

E1: Porque lá no Nordeste, lá tem tudo que a planta necessita: o calor, a terra e a água. Só que é só irrigar, só levar água até lá.

E8: Só distribuir a água, dá para gente ser o melhor exportador de qualquer tipo de legume, de qualquer coisa que possa plantar. Se você aguou, você pode plantar qualquer pé de laranja, um pé de uva, se você esterçou e jogou água, tudo dá, dá, dá. (27/08)

Ao analisarmos o depoimento acima, percebemos que trata-se de um argumento retórico relativamente comum e de validade apenas aparente, que da premissa "terra boa + água + trabalho", deduz-se que a soma dessas condições é igual a "a grande produção agrícola" e = "a solução do dilema nordestino" . Tem-se aqui a possibilidade de discutir um bom exemplo de uma argumentação quase-lógica. Ainda que o participante tenha desenvolvido o raciocínio com uma estrutura lógica, suas premissas são profundamente questionáveis. O argumento de que a terra do Brasil é muito boa e que para que o país vire um grande produtor *bastaria* água, irrigar, é por demais reducionista. Se, de fato, o empecilho para o sucesso da agricultura nacional estivesse apenas na falta de água, como crê ,o rapaz haveria de convir que a região em que habita, a Zona da Mata Mineira, que não apresenta qualquer problema sobre o índice de pluviosidade, deveria ser uma grande produtora agrícola. Como se sabe, tais condições presentes em muitos lugares do Brasil sequer diminuem o atraso de nossa agricultura. O eleitor usou um argumento vinculado as potencialidades ideológicas na crença de que o Brasil é rico precisando de muito pouco para se tornar uma potência, uma noção derivada da famosa

"previsão" de que nos tornaremos o "seleiro da humanidade". Há anos se espalha a crença de que a agricultura é a "saída" para o país embora hoje ele se mostre urbano e industrializado. Uma noção, aliás, presente já na famosa carta de Caminha segundo a qual "aqui em se plantando tudo dá". Mas o mesmo eleitor desconhece (não teria como conhecer) os sérios problemas de falta de assistência técnica, de falta de incentivo financeiro para produção, as questões fundiárias e mesmo as intempéries da natureza que levam a ele um resultado desastroso: esse cidadão paga caro por legumes que poderiam ser muito mais baratos e está disposto aceitar o argumento e a argumentar, que o mundo poderia ser diferente. É importante notar que o programa eleitoral "fez sentido" como análise e sugestão de uma política pública que ele esperava ver implementada pelo candidato de oposição. O participante utilizou sua experiência comum do ato do plantio para comentar o programa eleitoral. A idéia que apresenta, de estercar e jogar água, funciona em uma situação de agricultura de subsistência. Como ele mesmo coloca quando a idéia é "plantar um pé de laranja"

Esse também é um caso no qual um eleitor disposto a votar em Lula se vale do seu programa para argumentar. Desta maneira, vimos que a ideologia estabeleceu para o participante perspectivas limitadas sobre a questão da agricultura, mas ainda assim e por isso mesmo ele foi capaz de operacionalizá-las de modo a apresentar e justificar sua postura diante da proposta que lhe fora persuasivamente ofertada.

O exemplo a seguir demonstra outro participante que também apresentando argumentos dessa natureza, conseguiu, além de justificar sua postura, persuadir um membro de seu grupo a mudar sua intenção de voto de Fernando Henrique para Lula.

O argumento capaz de persuadir foi elaborado em contraposição à proposta de geração de empregos divulgada pelo programa de Fernando Henrique Cardoso, em 15/09. Durante o debate o integrante do grupo vai se opor à idéia apresentada pelo

Presidente de trazer grandes empresas estrangeiras, como uma das solução para o desemprego que havia cativado momentos antes o eleitor "N6" .

N4: Eu disse que discordo um pouco de você (N6) no que você diz das grandes indústrias, que ele (Fernando Henrique) traz para cá lá de fora, que geram empregos. Mas tem uma coisa, ele traz esses grandes investimentos para cá para o Brasil e geram empregos, e as pequenas? Estão aqui. Só que tem uma coisa: nós todos nascemos pequenininhos e crescemos. Não seria bem melhor, ao invés dele trazer de lá, ele investir na nossa pequenininha para criar uma? Se cada um deles fizesse, de quatro em quatro anos, investisse ia ser muito melhor.

N5: Igual, usando as suas próprias palavras, as empresas lá de fora eram pequenininhas e elas cresceram depois e vieram para cá.

(após o fim da primeira fase do debate, seguiu-se o procedimento de avaliar, por meio de outro questionário, se os eleitores presentes haviam alterado a preferência de voto testada na entrada)

(...)

Deb: Gostaria de saber se alguém mudou sua intenção de voto depois de assistir o Horário Eleitoral e depois do debate?

N6 – Eu mudei minha intenção de voto. Depois que ele falou das nossas empresas que são pequenininhas e que podem crescer, aí, me mudou.(15/09)

É verdade que nascemos pequenos e crescemos contudo não parece correto inferir que o mesmo ocorra com todas ou com a maioria das empresas. É conhecida a dificuldade das pequenas empresas sobreviverem a mudança de gerações, poucas chegam a ser passadas da administração do pai para o filho. Da mesma forma parece incorreto afirmar que as grandes empresas tiveram seus dias de fundo de quintal.

Ou seja, na recepção das duas propostas de governo apresentadas pelo Presidente, referentes a agricultura e à geração de empregos, a ideologia operou como um pacote de idéias, capaz de fundamentar opiniões e atitudes, substituindo assim uma série de recursos cognitivos, a princípio, supostamente necessários para o processamento crítico das propostas em questão.

O eleitor pode também usar de uma simples metáfora para justificar a possibilidade de trocar o governante. Faz parte de uma operação quase-lógica fundamental na persuasão: a analogia.

J2: Para mim, esta situação a gente pode comparar a um casamento, não é? De repente, a pessoa vê que não dá mais e decide investir em outro relacionamento. (08/09)

5.2.2 - O Eleitor Crítico de Si Mesmo e da Política

Os integrantes dos grupos reconhecem a defasagem de conhecimentos que possuem e lamentam suas conseqüências na hora da decisão do voto.

B8: Infelizmente na política tem muita gente que, é como se diz, para enrolar as pessoas, acaba sendo fácil, porque a gente é meio leigo da leitura, então já fica bem mais fácil para eles aplicar, porque se der uma bala pro seu filho, você já fala, aquele homem é bom.(20/08)

C5: Para nós brasileiros que entendemos pouco de política, não é Então eles apresentam para gente um conjunto de valores, como todo mundo falou do tempo que é poucos para uns e muito para o Fernando Henrique. É como se fosse uma vitrine de padaria. Eles botam lá um bolo lindo maravilhoso e do outro lado um bem simples. Quer dizer todo mundo olha isso e acaba votando no Fernando Henrique. Se, nem saber porque votou.(22/08)

C8: O brasileiro não tem nenhuma instrução, tem muito pouco estudo, é muito difícil estudar hoje. Para você estudar hoje tem que pagar caro, o que faz a maioria dos brasileiros ser desinformados. Sobretudo quando chega a época da política, você faz a campanha, você coloca por exemplo, eu para falar 30 minutos numa emissora de TV e coloca você para

falar cinco minutos, eles vão lembrar mais de mim que de você. Você está lá e todo dia a mesma coisa, é uma lavagem cerebral. (22/08)

Os integrantes dos grupos tinham a percepção do povo ser muito vulnerável à propaganda eleitoral. Porém a avaliação pessoal tendia a contrariar esta idéia, uma eleitora utilizou seu conhecimento para processar o programa de Fernando Henrique que abordava o projeto "Brasil em Ação". O resultado foi o seguinte:

I2: Sobre estas obras que o Fernando Henrique está construindo, o que eu observei que são obras construídas só nos grandes centros. Eu tive a pouco em São Paulo passei e olhei a região ali do metrô, aquele anel rodoviário. Aquilo ali é um horror. Eu não viveria ali nunca. É uma imundice. As pessoas que vivem ali deveriam ser melhor atendidas. Está na televisão mas a realidade ali é outra.(03/09)

Certamente não era esta resposta que o publicitário da campanha do PSDB esperava. Da mesma maneira os publicitários que fizeram a campanha de Lula, certamente não planejavam que os eleitores processariam do seguinte modo o programa daquele dia.

I8: Se colocar o Lula, o que vai acontecer? Ele está falando ali de tóxico. Ele mesmo é um deles.

I2: Como ele é contra se o vice dele é o maior incentivador disso?

I5: O Brizola do jeito que é tão canalha, pode armar alguma coisa para tirar Lula e ele ficar presidente.

I8: É o que vai acontecer.

I5: Aí que estamos ferrados mesmo.

I8: Você vai ver criança de sete anos esperando você sair do serviço para te assaltar.(03/09)

A disposição contrária a Brizola, presente nesses eleitores, tornou-os impermeáveis aos argumentos do programa de Lula e mesmo hostis ao candidato, facilmente associável a situações de caos futuro para certos segmentos do eleitorado. Durante os debates muitas pessoas diziam que a presença de artistas nas propagandas exercia um grande poder de persuasão entre eles.

De fato, as aparições de notáveis sempre eram comentadas. O apoio do empresário Antônio Ermírio de Moraes a campanha de Fernando Henrique terminou por reforçar a idéia de que o Presidente governava para os ricos. Assim como a aparição do presidente da Central Única dos Trabalhadores, Vicentinho, no programa de Lula fez reforçar a sua imagem de grevista. Assim percebemos que as aparições serviram em vários momentos como lastro para os eleitores justificarem e reforçarem sua postura. A aparição do jogador de futebol "Marcelinho Carioca" também mereceu comentários. Uma adolescente, cujo o comportamento no grupo nos fazia crer pertencer ao terceiro tipo de eleitor o não-acessível, ou seja, aqueles que não aceitam sequer discutir temas de política, exclamou ao se lembrar da propaganda do PSDB:

S7: Quando eu vi o Marcelinho, eu pirei. Eu sou fã do Marcelinho.

S9: Nossa, tanta gente é fã do Marcelinho. Por isso ele está lá no meio.(26/09)

Por conseguinte temos aqui um pequeno elenco de opiniões que demonstram a complexidade do problema que estamos lidando: ao mesmo tempo em que se percebem como um grupo pouco capaz de dar conta da responsabilidade de bem votar, por não terem o suposto conhecimento para tanto, individualmente eles se acham capazes de discordar e tecer juízos categóricos sobre as tentativas de persuasão da propaganda. Temos também, no caso da adolescente, a clareza de como suas preferências, geradas no mundo da vida comum, podem ser ativadas no campo da propaganda política ao ver ali o seu ídolo. É importante notar que não obstante a simpatia da jovem pelo jogador de futebol não há nenhum indício de que sua presença tenha feito a eleitora ficar mais atenta aos temas realmente políticos colocados pela propaganda, ou mesmo mais ou menos inclinada a votar no candidato recomendado pelo jogador.

Desta maneira acreditamos que demos os primeiros os passos para demonstrar que, uma vez os programas eleitorais divulgados, o sucesso ou o fracasso da sua propaganda depende de como esta atua nas disposições do telespectador e estas, por seu turno, são ligadas a estruturas aprendidas e rotinizadas na vida comum. A propaganda funciona se reforça disposições e fracassa se contraria tais disposições isto significa, na perspectiva desta pesquisa, que é um mito pensarmos em propagandas como veículos capazes de manipulação total dos indivíduos e que as mudanças reais no comportamento político dependem de processos maiores que alterem a própria percepção cotidiana dos fatos.

Discutiremos a ideologia sempre a partir do seu caráter funcional. É necessário agora refletir melhor sobre os efeitos de perspectiva, a segunda característica inerente ao nosso conceito de ideologia, e apreciar como eles influenciam a recepção do horário eleitoral.

5.2.3 - Os Efeitos de Posição e Disposição

O estudo dos eleitores comuns indica que eles usam um quadro extremamente limitado de referências para decidir seu voto, não possuem quase nenhum conceito específico para tratar de temas que escapem às categorias da vida comum e operam com essas mesmas categorias para lidar com situações novas ou ocasionais como um ciclo político/eleitoral. As leituras ideológicas são visões parciais determinadas pelos efeitos de posição e disposição tal como apontamos em Bourdieu e Boudon. No material que investigamos os depoimentos aparecem carregados de distinções sociais levando a polaridades do tipo *nós x eles*. Nós, eleitores pobres, excluídos, injustiçados. Eles, ricos, políticos marajás, auto-interessados, injustos, maus. Eles lá de cima, nós aqui de baixo.

H2: Então você vê, você vai comprar um arroz que custa esse valor, nem canjiquinha você compra por esse preço. Eu queria que eles viesse aqui em baixo e fosse viver com um salário mínimo. Queria que eles viessem com a família deles, para mim ver se eles tinham condições de fazer isso.(03/09)

I5: Hoje nós vivemos uma crise que está assim, os brasileiros em geral. Mas nós que somos classe mais prejudicada, sempre tivemos nossas dificuldades. Eu acho que ele (Fernando Henrique) nem melhorou e nem piorou.(05/09)

T5: Eu não sou contra o PT, não. Só acho que ele não ganha eleição.

Deb: Por que você acha isso?

T5: *Porque é um partido fraco.. É um partido da nossa classe, pobre igual a gente.(29/09)*

P7: *O desemprego é culpa do Fernando Henrique e de todos que rodam , que estão em volta dele. É dele por que o que nós queremos? Emprego, nós queremos emprego, nossa é que não vai ser a culpa, então é deles, daqueles que tem dinheiro lá em cima.*

P4: *É de todos que estão lá, deputados, senadores, de todos que estão lá, não é?*

P7: *É deles. Porque eles, eles nunca foram pobres, aqueles, essa turminha aí nunca foram pobres, não. Então, eles não sabem o que é desemprego, não sabe o que é salário mínimo, não sabe o que é isso, não.*
(19/09)

Os efeitos de perspectiva foram facilmente identificados nos depoimentos coletados e demonstraram influenciar de maneira significativa a interpretação dos discursos das campanhas. Um exemplo já mencionado, sobre o processamento da mensagem referente ao apoio de Antônio Ermírio de Moraes ao candidato do PSDB.

S3: *Você pode prestar atenção que a parte dos artistas que é as pessoas principais como Ermílio de Moraes, que é um dos cidadãos mais ricos do país, aparecem apoiando este homem. Por que? Porque quem tem sempre vai querer ter e cada vez mais. Porque a maioria geralmente está sempre apagada, sempre massacrada. Eu sou um aposentado, pago aluguel*

e quando vou precisar de um político, eles falam: "Fala que eu não estou.

Este cara é muito chato."(26/09)

A distinção "ele o grande empresário influente" , e "eu o pobre aposentado anônimo" determinou a leitura da propaganda de Fernando Henrique. Está nesse mesmo ressentimento ocasionado pela distinção social a justificativa para o rancor despertado pelo Presidente ao chamar de "vagabundos" os trabalhadores que se aposentavam cedo. Muitos eleitores justificavam sua decisão de voto a partir da repulsa causada por aquele depoimento.

M1: Eu acho que o Fernando Henrique, um homem que fala que o trabalhador que aposenta com 30 anos de serviço é vagabundo? Chamar o aposentado de vagabundo, o que é isso?

M3: Vagabundo é ele que é aposentado como professor, como não sei lá o que.

M1: Um homem que teve tudo na mão.(12/09)

Os eleitores demonstraram-se indignados, pareciam questionar como um sujeito - que nunca carregou peso, nunca trabalhou embaixo do sol quente, nunca trabalhou em troca de um salário baixo, causador de uma vida cheia de apertos, de privações - pode chamar de vagabundos pessoas que começaram a trabalhar cedo. A realidade do Presidente é conforto e o luxo. Inúmeros depoimentos enfatizavam o tema de FHC ter "chamado os aposentados de vagabundos" O ponto foi tema de alguns programas do PSTU e certamente foi detectado pelas pesquisas qualitativas como problemático tanto que resultou numa ação judicial da coligação do Presidente, impedindo que a sua

declaração fosse usada na campanha. Mesmo assim o tema continuou a ser lembrado pelos eleitores de oposição, em debates onde ele não aparecia na propaganda. O mesmo se pode dizer da identificação feita pelos eleitores entre o candidato Enéas Carneiro e sua intenção de fazer uma bomba atômica. Essa identificação "colou" em sua imagem e, como veremos mais adiante, foi lembrada em praticamente todos os debates não obstante sua ausência da propaganda veiculada.

S2: Eu acho o seguinte, o fato dele ter chamado os outros de vagabundo está muito errado porque ele aposentou com quantos anos mesmo? 38? Então chamar a pessoa que trabalhou até 63, já pedindo a morte, de vagabundo. Bom para mim, na minha opinião, desta vez ele está fora.(26/09)

A9:É, chamando a pessoa de vagabundo e tudo. O aposentado já tem revolta dos salários que eles ganham porque eles trabalham a vida inteira. Agora ter que chegar aos 65 anos para aposentar é muito ruim. Eu não acho que ele é um bom governo nessa parte. O que ele mostra é só viajar, só viajar, nada mostra o que ele fez, só viajar, viajar. (18/08)

Os efeitos de posição (classe) e disposição (elementos culturais e bens simbólicos) são influências marcantes na recepção das mensagens das campanhas. Ao longo de todo o relatório trabalharemos com depoimentos que apresentam tais efeitos de perspectiva. Aliás está nessa distinção uma significativa explicação para a postura de alienação política adotada pelos entrevistados.

5.2.4 - A Alienação Política.

H2: De acreditar a gente está cansado. (01/09)

A6: Todo mundo que entrar lá vai ser a mesma coisa.(18/08)

Estas frases indicam a relação entre eleitor e política em um contexto de alienação, ou seja de uma atitude ativa de afastamento do cidadão dos negócios políticos. O conceito de *alienação política* trabalhado por Lane aponta para a falta de identidade entre representantes e representados. Ao longo do trabalho, alguns eleitores pesquisados manifestaram certo interesse pela política por acreditaram que a mesma influencia o seu dia-a-dia. .

B6: Eu acho que a política tem muito a ver, porque tudo roda em cima dela. É o hospital, é SUS, é segurança, quer dizer, a verba, geralmente tudo roda. É hospital, é escola, serviço militar, entendeu... Então quer dizer, se não tem escola, você não se forma. Se você não tem emprego, se você não tem saúde, eu acho a política muito importante.(20/08)

H: Política é importante sim para o dia-a-dia da gente. Do governo do Brasil, vem a tarifa de ônibus que a gente paga todo dia, a luz elétrica, o gás, o petróleo. Mas o problema é que não tem uma voz forte ,não é? O povo mesmo não tem voz, só depende da voz de cima, mas eu vou falar uma coisa o povo tem que agüentar tudo .(03/09)

Contudo, tal interesse cedia lugar a apatia diante da percepção da falta de possibilidade de mudar alguma coisa na política através de seus esforços. Reclamavam da falta de influência na vida política. Suas palavras pareciam sempre estarem ao vento. A percepção que possuem é que toda decisão parte dos políticos e que de certa maneira são impostas a despeito da aceitação popular. Ou seja, trata-se de uma democracia percebida mais como delegação de poder que representatividade

A1: Eu acho que ele (Fernando Henrique) tem tanto abuso de poder que ele lançou essa lei para se reeleger, quer dizer, nos outros governos não tinha isso. Ele só pensou no futuro dele. Para se reeleger, pra passar esta lei pra poder reeleger, eu acho que ele comprou muitos deputados lá, para ajudar ele nisso. Você vê que está tão nítido. Cadê o PMDB? Cadê o candidato a presidente? Você vê tem alguma coisa errada, nunca teve isso, por que isso agora ?(...) Mas eu acho também que estão todos unidos, tudo unido para poder derrubar o resto mesmo porque eles estão bem . Se estiverem com Fernando Henrique, eles estão bem porque eles não iam fazer isso de graça de jeito nenhum. Ele está visando ele, ele não está visando o povo, não. (18/08)

O governo não cuida e não administra no meu interesse. Esta é uma das síndromes da alienação, já apontada por Lane. Os políticos são vistos como indivíduos que visam apenas seus próprios interesses. No período eleitoral vão até o povo em busca de voto, uma vez eleitos, se recolhem em seus gabinetes. Tornam-se inacessíveis, distantes do povo.

D4: Depois de eleitos eles não aparecem. Para pedir voto aparece gente que a gente nunca viu.

D3: Cabide de empreguismo, só quer tomar uísque e pensar no bem deles.

D8: A justiça social no país não existe. Igualdade. A gente fica descrente com a política, apesar de ser interessante.(25/08)

Os eleitores comuns consideram desta maneira a política importante na medida em que reconhece suas conseqüências em seu cotidiano mas demonstram-se descrentes na medida em que não possuem voz ativa e ficam na dependência de políticos que não representam seus interesses. A participante lamenta abaixo.

B9: Infelizmente a política é importante na minha vida. Porque às vezes muita coisa, a gente sai muito prejudicado. Ela faz parte de tudo na nossa vida, tudo. Alimentação, ônibus que a gente pega todo dia, um médico que você vai, tudo tem, a política. Ela é responsável por tudo. Porque não tem jeito.(20/08)

B7 : Ah, na minha vida a política é em último lugar. Eu não esquento a cabeça, não. A minha opinião, é a seguinte que o brasileiro tinha que deixar um pouco a política de lado, porque a política para mim é tudo só gente querendo ganhar dinheiro, então na minha opinião vai ser assim, na vida inteira vai ser assim, se eu quiser subir mesmo, vou Ter que buscar o melhor para mim sem nem pensar em política, vou ficar igual um

monte de brasileiros que fica achando que , o Presidente vai lá e vai colocar um salário mínimo de mil reais. Se eu quiser ganhar mil reais eu tenho que ir atrás e não esperar. (20/08)

C9: Eu só estou preocupado em correr atrás, porque se eu for pensar em política, eu não acho nada.(22/08)

O desprezo do governo para com o povo, em uma situação de grande dependência deste em relação àquele, leva ao ressentimento e à descrença. Qualquer promessa de campanha lhes parece então desprovida de veracidade.

Deb.: Eu perguntaria o que chamou mais atenção no programa de hoje?

A9 : Eu acho que as propostas que eles estão fazendo. A maioria fazem e prometem um monte de coisas e não cumprem.

Deb.: Você acha que eles não cumprem o que prometem?

A9: Principalmente Fernando Henrique. Não cumpriu. Então, com as suas palavras, ele engana o povo.

A1: Eu acho que por cima disso tudo (das promessas de Fernando Henrique não cumpridas) , ele tem um tapete acobertando tudo. Muita gente se engana, tem muita ilusão. A política hoje em dia ela é uma ilusão. (18/08)

A atitude de alienação entre os indivíduos foi verificada a partir dos argumentos que elaboraram sobre a situação de exclusão das decisões políticas e da ausência dos

benefícios que o governo deveria lhes assegurar. Em todos os depoimentos percebemos a distinção entre eleitores e políticos nas entrelinhas, confirmando a ausência de identidade entre os mesmos.

C5: Infelizmente a maioria dos brasileiros mesmo são tudo semi-analfabeto mas o ideal seria que todo mundo entendesse de política porque é nós que colocamos eles lá , então a gente tem que aprender a cobrar deles. A gente não faz isso, o rebaixamento da política no Brasil é nossa.(22/08)

C6: O pessoal não está nem aí, você vai lá e fica horas na fila, vai reclamar com o pessoal que está lá no gabinete, mas não adianta. Você não chega lá em cima. O povo não é respeitado. Não falam que a voz do povo é a voz de Deus, nunca foi.(22/08)

C8: Não tem como cobrar, eu sou pobre mesmo. Eu já falei pobre é só um detalhe mesmo. Eles não se preocupam. Você vai cobrar de quem? Vai lá no gabinete do prefeito de Juiz de Fora para ver se entra.(22/08)

Após mapear os traços principais da ideologia política do eleitor comum nas entrevistas em profundidade e identificá-los também na análise dos grupos de discussão, vamos tratar do impacto persuasivo do horário eleitoral na tomada de decisão sobre o voto do eleitor comum.

5.3 - Opiniões Sobre os Programas e Volatilidade das Intenções de Voto

A partir da análise dos questionários aplicados junto aos participantes na ocasião da realização dos grupos, é possível verificar que entre as 20 reuniões realizadas, 29% dos participantes apresentavam inclinação de voto para Fernando Henrique, 35% apresentavam intenção de voto em Lula, 23% diziam-se indecisos sobre a escolha do candidato. Ao acompanhar o movimento das intenções de voto, sua volatilidade, fica fácil perceber que aqueles participantes que possuíam uma prévia inclinação por um candidato apresentavam maior resistência em mudar de atitude em relação ao voto. Enquanto isso os eleitores indecisos demonstraram-se muito receptíveis a tais mudanças. Nota-se também um movimento mais acentuado de mudança em direção aos candidatos de oposição, Lula e Ciro Gomes, em detrimento do candidato à reeleição Fernando Henrique. Este quadro, é bom frisar, é consistente com os resultados eleitorais de Juiz de Fora onde Lula venceu e Ciro Gomes foi bem votado. (Figura 1)

Figura 1 - O efeito dos programas e debates
Saldo acumulado de ganhos e perdas após cada programa

intenção de voto	Entrada	Ganhou	Perdeu	Saiu
Fernando Henrique	28,6%	9,3%	4,4%	33,5%
Lula	34,6%	8,8%	1,1%	42,3%
Ciro Gomes	5,5%	4,4%	1,1%	8,8%
Êneas	3,3%	2,2%	-	5,5%
Indeciso	23%	0,5%	18%	5,5%

Ainda de acordo com a análise dos questionários podemos perceber os principais argumentos utilizados na decisão do voto. Metade dos participantes, exatos 50%, acreditavam que Lula teria mais condições de resolver os problemas dos pobres enquanto 28% acreditavam que Fernando Henrique é quem teria mais condições. O candidato do PT era considerado pela maior parte dos participantes, o presidenciável mais sincero e honesto. Dividiam desta opinião 44%. O candidato Fernando Henrique era visto como o mais sincero e honesto por 31% dos integrantes dos grupos. Desta maneira, podemos perceber que o candidato do PT era visto como sendo mais sincero, honesto e com melhores condições de resolver os problemas dos excluídos. Esta opinião era predominante no grupo de eleitores estudado. Uma facção destes indivíduos enfatizavam estes argumentos a partir de toda a sua convivência com a realidade da injustiça social. Estes eram os eleitores de Lula.(Figura 2)

Uma segunda facção no entanto, apesar de também conviver com a injustiça social, dava ênfase na importância do *preparo* para superar dificuldades. Acreditavam ser Fernando Henrique o candidato mais preparado, 48% dos participantes, enquanto 37% diziam ser Lula. Ao enfatizar o preparo remetiam a um segundo valor, o estudo. Para superar a pobreza, o preconceito e transitar em qualquer ambiente é preciso ter

estudos. Percebiam na pele a dor desta lei que acabavam assimilando e adotando. Estes eram os eleitores de Fernando Henrique. Como será visto logo a seguir, a contraposição destes valores ganhou relevância com o agravamento dos reflexos da crise internacional no Brasil e o conseqüente medo por parte do eleitorado de que a crise financeira mundial chegasse ao Brasil.

Figura 2

Acumulado- Avaliação dos programas sobre temas (em número de vezes que os candidatos foram citados)

Itens	Fernando Henrique(%)	Lula (%)	Ciro Gomes (%)	Enéas (%)	Não falou sobre o assunto (%)
Entende melhor	49,1	39,6	7,8	3,3%	-
Mais gostou	40,5	41	10	7,7	-
Melhores propostas do dia	45,5	40,4	10,1	4	-
Mais sincero/honesto	31	44	15	10	-
Mais preparado	48	37	11	4	-
Mais competente	42	39	13	6	-
Mais firmeza	36	42	12	9	-
Inspira confiança	36	44	17	6	-
Conhece melhor os problemas do país	40	45	9	6	-
Tem melhores propostas para país	38	45	13	3	-
Tem mais condições de resolver os problemas dos pobres	28	50	11	10	-
Segurança pública	24	21	5	3	47
Educação	38	26	6	4	26
Saúde	34	24	8	3	31
Geração de empregos	35	44	6	3	11
Agricultura	32	28	5	2	33
Reforma agrária	24	40	4	2	30
Crescimento da economia	33	33	8	2	23

5.4.- O Discurso Eleitoral e Suas Leituras

Não é o propósito desta pesquisa discutir as mensagens do horário eleitoral, mas iremos sinteticamente apreciar a interação de certos conteúdos veiculados e a recepção. Os discursos sobre a economia predominaram na campanha para a Presidência da República em 1998, particularmente os temas: geração de empregos, manutenção do Plano Real e as conseqüências internas da crise internacional.

Desde o início de setembro a crise econômica passou a fazer parte da agenda do eleitorado, quer pela via da propaganda eleitoral quer pela via do noticiário. A campanha do PT, e de outros, atribuía diretamente ao plano econômico de Fernando Henrique a culpa pela fragilidade do Brasil. Por seu lado, a campanha de Fernando Henrique, ao contrário, sustentava que a crise era essencialmente internacional e que o Brasil, por causa do Plano Real, tinha munição para enfrentar o ataque especulativo à moeda Real. A campanha de Lula dizia que o caminho escolhido pelo Presidente para defender o Real iria penalizar ainda mais a sociedade, antevia recessão, arrocho salarial, mais impostos e aumento do desemprego. A campanha de Fernando Henrique reconhecia levemente que haveria dificuldades no horizonte, entretanto afirmava que estas dificuldades não recairiam sobre os mais pobres, oferecendo, em contrapartida, um plano de crescimento econômico.

Alguns eleitores de ambos os candidatos, aceitavam que a crise não fosse necessariamente uma conseqüência da política econômica adotada pelo Presidente, mas sim algo que vinha do desconhecido mundo das finanças internacionais. Para esses eleitores, a crise acontecia em todo o mundo e conseqüentemente chegava ao Brasil. Sabiam que ela estava relacionada com a queda das bolsas, mas não conseguiam

entender como funciona o sistema financeiro internacional. No entanto, aceitavam haver uma pressão externa na política doméstica e que estava aí motivo da crise interna.

O: Tem gente que diz que um bater de asas de uma borboleta na China, pode ser um vendaval no Brasil, por que? A política e a , está tudo comprometido um com o outro , igual a crise da Rússia, ela está promovendo desordem no Brasil.(19/09)

Embora não conseguissem explicar os meandros da política internacional, esses eleitores assumiam a percepção de que o Brasil estava inserido em um contexto de interdependência entre as nações, no qual conflitos distributivos no sistema internacional tinha profundo impacto nas escolhas das políticas domésticas e, em última instância, no seu dia-a-dia. Não resta dúvida de que os instrumentos de análise desses eleitores eram tributários dos meios de comunicação de massa, que reiteraram essa visão. O noticiário lembrava sobre a relação entre as crises no México, na Ásia, na Rússia e, conseqüentemente a "bola da vez" seria o Brasil. Graças a razões de política econômica a crise foi adiada até a reeleição de Fernando Henrique, estourando apenas em janeiro de 1999, mas isso não pode ser profundamente discutido aqui. O fato que interessa é apontar a capacidade do eleitor de receber uma explicação em pacote do tipo "crise internacional = crise doméstica" e usá-la num contexto de debate. Ao por essa correlação de idéias em movimento o eleitor estava operando ideologicamente, no sentido que estamos tratando aqui. É muito importante lembrar que tais explicações são necessárias à compreensão de que, na realidade cotidiana há uma ordem suposta no mundo, cujas desordens tem de ser explicadas e se não forem explicáveis por nós mesmos, o serão por algum expert, que nós podemos ouvir e repetir. Outro ponto

importante é que a exibição de uma explicação como essa estabelece no grupo de debate papéis de hierarquia, nos quais alguns tomam a posição de "analistas" e outros de "propagadores". A explicação passa a pertencer ao acervo de conhecimento de quem for habilidoso para aprendê-la e usá-la no contexto adequado.

M10 :Se ele (Fernando Henrique) não segurar , se ele não estabilizar a moeda, se ele deixar a crise chegar, aí é que vai bagunçar tudo. Vai desvalorizar o Real, vai desvalorizar o salário o empregado, o dólar vai subir. Então ele tem que se preocupar é com a estabilidade da moeda. Já pensou se ele deixar cair o Real, o dólar subir, disparar, como é que nós vamos ficar? A desvalorização do nosso dinheiro. Nós vamos chegar no supermercado e 100 reais não vai dar mais para comprar um pacote de arroz.(15/09)

H3: O que me chamou mais a atenção foi sobre essa crise internacional que o Lula fala que é culpa do mal governo de FH. Eu não acho não, porque igual a crise da Rússia atinge todo o mundo, as bolsas caindo.(03/09)

Ao eximirem o Presidente de culpa, esses eleitores focavam, então, as suas preocupações na solução da crise e mais precisamente em quem teria melhores condições de encontrar a saída ou minorar os seus efeitos no dia-a-dia.

É neste quesito, a capacidade e preparo para enfrentar a crise que Fernando Henrique superava os seus adversários como apareceu quantificado no quadro anteriormente analisado (figura 2). Seus eleitores acreditavam que a crise internacional

devesse ser superada, mas para isso era preciso ter competência, preparo para sentar à mesa internacional e negociar. Para esses eleitores Lula não servia para enfrentar tal situação, pois não tinha estudo.

I4: Eu tenho medo do Lula por causa da preparação dele. Eu acho pouca. (05/09)

Neste sentido, tais eleitores aceitavam a retórica principal da campanha da reeleição de que somente o mesmo Presidente seria capaz de enfrentar ataques especulativos contra o Real e manter a estabilidade, o que, diga-se de passagem, demonstrou-se falso nas primeiras semanas de 1999. Mesmo conscientes das dificuldades que estavam vivendo e das que poderiam enfrentar no futuro próximo, justificavam a sua intenção de voto em Fernando Henrique reproduzindo o discurso de campanha do candidato.

Como as campanhas trabalham com polaridades o raciocínio operatório do tipo "se Fernando Henrique, então não-Lula" marcou os argumentos de vários leitores.

U 6: Eu voto em Fernando Henrique por um motivo, ruim ou bom, a gente não tem um governo diferente. Se o pessoal votar tudo no Lula, o Lula vai ficar lá mas não vai dar conta de fazer nada. Porque ninguém vai apoiar ele em nada. (...) Eu acho que mesmo ele ganhando, não vão deixar ele entrar lá. Eles colocam outro, ele vai ficar de mãos atadas porque nada que ele fizer congresso, senado, nada vai apoiar ele, está entendendo? É só isso. Nada vai apoiar o que ele fizer, vai apoiar as idéias boas que ele tem, porque ele tem idéias boas. Só o Fernando Henrique vai ter o apoio de todos.

U 2: De quem?

U 6: Dos grandes, porque eles são maioria do pessoal que está lá, a gente que somos pobres, a gente está vendo que ele não está fazendo nada.

(01/10)

T5: O Lula ganha vai fazer o que? O Lula ganha, o exército comanda para tirar, então, ganha nunca. Tirar o Fernando Henrique, deixa ele lá mesmo. Eu vou votar em um que vai piorar? (29/01)

T: Vai votar em um tucano?

T5: No Tucano, não. Eu não vou votar no pior. Vou votar no que está lá mesmo. Vou votar no Lula? Vou morrer de fome.(29/09)

R5: Para mim é o seguinte o Fernando Henrique lá. O Henrique já vai segurar naquilo que está e o Lula só vai atrapalhar, por isso eu continuo no mesmo. (24/09)

M4: Não adianta votar no Lula e por 450 deputados do PMDB. Adianta? Adianta nada. O Lula quer fazer um projeto, os deputados não aprovam. Acabou. Ele vai fazer? Não, não vai fazer. (12/09)

Um grupo relevante, embora não tão enfático de argumentos ligam-se também a um reconhecimento de Fernando Henrique como bom governante, principalmente no que toca a prosperidade de alguns decorrente da estabilização econômica dos primeiros 4 anos.

H9: O que eu tenho hoje eu comprei com este plano.. Por isso eu voto nele.(29/08)

*U5: Com o real, eu arrumei minha casa, eu mobiliei melhor, eu casei, eu era solteiro, eu casei , eu tive a minha filha, tudo com o Real.
(01/10)*

M5: O negócio é justamente o Fernando Henrique e o Plano Real. Todo mundo critica ele e Tal, falam 4 anos, mesmo assim, muitas coisas melhoraram para a gente também. (12/09)

Outros eleitores demonstravam total impaciência com o governo e ligavam sua crise pessoal ao mal desempenho de Fernando Henrique, julgavam que se ele não conseguiu resultados que atingissem o povo em quatro anos deveria ser tirado de lá, pois os próximos quatro anos seriam repetição dos primeiros

Embora uma boa parte dos eleitores de Lula reconhecesse parcialmente os atributos de Fernando Henrique como capaz de enfrentar a crise internacional, continuavam preferindo o candidato do PT por outras razões. A principal delas vinha do que eles próprios revelavam como sendo “ressentimento”. Está nesse ressentimento com o Presidente uma das principais a fonte do voto em Lula. Sem emprego ou com muito medo de perde-lo, com baixo salário, tendo que pagar aluguel, roupa, comida e, muitas vezes, remédios, sem acesso a um atendimento digno na saúde, os eleitores de Lula assistiam céticos as promessas de crescimento econômico com estabilidade. Eram

eleitores que tinham se beneficiado com o Real, nos dois primeiros anos, agora, porém sentiam-se excluídos dos benefícios do Plano: a reforma da casa que não terminou, a compra do guarda-roupa que estava planejada para depois do pagamento, da geladeira nova que não pode mais ser feita por causa dos juros altos e toda gama de pequenas frustrações que o eleitor se coloca para negar o voto a quem ele pode culpar por elas.

H: Antes de ganhar ele ajudou o pobre e tudo, quando ele ganhou ele só misturou com gente rica. Eu acho que com 4 anos o Fernando Henrique fez esta limpa toda, com mais quatro não vai sobrar mais um pobre.

H2: Eu concordo que o plano Real pode até estar melhorando, mas desta maneira, prejudicando só o pobre? É aquela estória a corda só arrebenta do lado do mais fraco, só prejudica o pobre. Não adianta em quatro anos nada vai mudar. Eu achava melhor quando era o militarismo do que com ele, você pagava aquilo tudo mas você tinha dinheiro, você tinha mais condições.(01/09)

Esses eleitores não acreditavam que Fernando Henrique de fato preocupava-se com os problemas das classes mais pobres. Era visto como um presidente distante e sem afinidade com o povo.

A9: Ele aparece na propaganda mais alto, com mais poder, como diz.

A2: Ela está falando que ele quis parecer mais grandioso.(18/08)

Q2: É ridículo o Fernando Henrique apertando a mão dos operários de capacetes verdes e amarelos, sendo que ele negou apoio quando as montadoras do ABC paulista reduziram a carga horária, reduziram cargos e salários e ele simplesmente tirou o time de campo. Gente isso é revoltante. (19/09)

S2: Qual foi o dia que já vi uma reportagem dele fazendo visita. Ao invés de estar viajando para fora, ele estar subindo uma favela. Que eu tenha visto, nunca. A senhora já chegou a ver? Então, qual foi o dia que ele chegou para ver o posto de saúde que falta medicamento, falta médico? Já chegou a ver isso também ? Não? Porque ele está sempre viajando, está sempre viajando.(26/09)

Foram muitas as críticas às viagens realizadas por Fernando Henrique em seu governo. Surgiam de maneira espontânea durante as discussões e eram colocadas de maneira muito enfática pelos participantes. Em suma, os eleitores reclamavam da ausência do presidente no país. Acreditavam que ele estava voltado apenas para as grandes questões internacionais e possuía um grande descaso para com os problemas do dia-a-dia que afligiam os brasileiros. Reclamavam o abandono.

S2: Para mim quatro anos é suficiente. Que tempo ele ficou viajando para fora... e aqui dentro do Brasil, o que ele fez? Esqueceu de olhar, entendeu? Pessoal passando fome, bandido solto, inocente pagando pecado. (26/09)

Conscientes dos problemas que enfrentavam, justificavam o seu voto em Lula baseado na percepção de que ele, pela sua história, era o único que entendia os problemas dos pobres e que por isso era o melhor candidato para ajudá-los. Essa identidade é um exemplo típico de efeito de posição e disposição.

Q1: O Fernando Henrique nasceu em um berço de ouro e nunca fez nada. O Fernando Henrique nunca fez nada. Ele vai lá no Nordeste, coloca um chapeuzinho lá, monta em um cavalo, mas ele não sabe o que é aquilo. Agora o outro é trabalhador igual aos outros, então tem que apoiar gente assim.(22/09)

O8: Lula vai ser melhor que Fernando Henrique. Lula trabalhou na enxada, trabalhou de mecânico.(17/09)

P7: Eu vou dar uma chance para ele (Lula) que já foi pobre também.

P1: Já foi pobre, vamos lutar pelo pobre.

P7: Já sentiu na pele o que é ser pobre não é? Então vamos ver se ele consegue fazer alguma coisa para gente, não é?

*P1: Eu continuo com o Lula, pelo menos vamos colocar gente nova para ver se vai fazer alguma coisa para nós. Porque nós sempre somos sacrificados, nós estamos sendo sacrificados igual Cristo foi sacrificado.
(19/09)*

O2: Se ele já passou fome igual eu, igual muita gente, pode ser até que seja um bom presidente(..) Eu acho que este discurso de capacidade

não tem nada a ver. Porque se cultura fosse tirar o Brasil do atoleiro que ele está, nós já tínhamos saído há muito tempo, que até presidente membro da Academia Brasileira de Letras nós já tivemos, o Collor também era muito culto e não adiantou nada. Eu acho que a gente precisa de ter é camarada que tem ideal, camarada que ama o país, camarada que respeita o povo, que seja extremamente humano, acho que falta para ele (FH) muito sentimento, falta muito patriotismo dentro dele. Porque um homem que administra, governa um país maravilhoso como o nosso ,ele do jeito do que jeito que está fazendo aqui não tem um pingão de respeito pela nossa terra, pela nossa bandeira , pela nossa pátria. Ele gosta é de ir lá para fora, lá para a Suíça.

O discurso "nacionalista" aparece com frequência entre os participantes e decorre da percepção que possuem dos efeitos da globalização da economia no dia-a-dia. Uma senhora expôs o seu drama pessoal. A "Master", fábrica em que trabalha, é a maior malharia da cidade, mas no momento está passando por uma séria crise financeira. A crise da empresa desencadeou uma crise em sua vida .

H4: Agora eu trabalho na Master, há pouco tempo mandaram embora 160 pessoas, a gente tinha um ... Também pode ser o que ele falou ali dos empresários que estava acostumado a ganhar muito e não querem perder. Mas a gente tinha um plano de saúde, tinha cesta básica, tinha farmácia e tinha dentista, hoje não temos nada disso mas simplesmente o salário e há dois anos que não aumenta , quer dizer, antes eu pagava

aluguel, hoje eu moro de favor, não tenho condições de pagar aluguel. Com o Fernando Henrique estou sendo prejudicada.

H2: Sabe o que acontece? Sabe o que mais aconteceu nesse negócio, os altos juros e a importação. Ele está importando as coisas, você viu a quantidade de coisas que ele está importando, ao passo de exportar a nossa ele está importando coisa que nós temos aqui dentro e o nosso está jogando fora? (01/09)

Para essas pessoas, a globalização implica menos fábricas locais que lhes oferecem empregos (em Juiz de Fora, tradicional centro textil, isso é claro). e a chegada multinacionais, que lhes negam empregos, por serem sub-qualificados, ou seja, a modernização da economia tem um sentido ameaçador: o desemprego.

N4: O que interessa para nós, o estrangeiro vir aqui e tirar o que é nosso? Ele (Fernando Henrique) tem que incentivar nós aqui?

N3: Quem garante que o estrangeiro vai dar emprego?

N4: E as milhares e milhares de pequenas e médias empresas fechadas? O comércio? Onde está o pequeno, o trabalhador? Tem 2/3 da população na rua desempregada. Hoje já foi decretado aí, por esses jurinhos que ele suspendeu aí, de 20 para 50%, já foi decretada férias coletivas em todas as indústrias que ele está dizendo aí: Volks, GM, Mercedes. Tudo foi decretado hoje, 12 dias . Se não abaixar os juros, vai continuar por mais tempo. Você vê os trabalhadores criticando, preocupados.(15/09)

O discurso "nacionalista" nasce assim em um momento de choque com modernização econômica, quando a percepção da exclusão ganha relevância, principalmente porque acreditam que a elite capitalista tem representação dentro do Estado, enquanto percebem-se sem acesso aos recursos indispensáveis para participação na disputa por bens disponíveis.

P: A pouco tempo aí foi celebrada o dia da Independência do Brasil, então quer dizer, aí o que acontece eles estão privatizando muito as coisas, sendo que as pessoas que estão comprando é tudo de fora, de outros países. Então daqui a pouco essas grandes empresas é tudo, é alemão é pessoal dos Estados Unidos que vão mandar aqui. Já entram aqui de graça, não pagam imposto nem nada. (19/09)

J4 – Eu estou na sexta série. Meu pai está sem emprego. Eu não vou estar lá dentro daquele emprego que ele (Fernando Henrique) vai dar. Tem que fazer o que? Supletivo. Então quem tiver a mente melhor vai esta lá dentro. (08/09)

S2 – Para você entrar num serviço, eles pedem tempo de carteira, grau de escolaridade. Para entrar em uma obra eles estão pedindo até segundo grau! Pra quê? Você pega um curriculum para preencher aí eles te perguntam lá até se fala língua estrangeira. E eu lá tive chance de estudar isso, tive dinheiro? (26/09)

Desta maneira, a proposta de incentivo à pequena empresa para a geração de empregos apresentada e enfatizada por Lula repercutia de modo positivo para parte do eleitorado. Ao longo da campanha, Lula buscava enfatizar sua imagem de defensor dos interesses dos mais pobres agora diante dos efeitos da globalização. O discurso de campanha de Fernando Henrique, que o apresentava como o candidato com maior trânsito na política internacional era processado de maneira desvirtuada por seus adversários. Os eleitores de Lula desconfiavam ser o Presidente por demais ligado ao capital internacional e temiam que tal relação viesse a prejudicar a economia nacional.

G8: Eu acho o Lula ideal porque o Fernando Henrique acabou com o nosso país. Vendeu tudo o que a gente tem, a gente não tem mais nada para vender. Está transformando o nosso país em um país estrangeiro. (01/09)

I2: Mas deixa ele ficar até quando ele vai vender o Brasil para o outro país. Porque ele vende tudo que é do Brasil. É banco , é empresa. Ele está conhecido lá fora agora porque antes ninguém conhecia ele. É um cara que já foi deposto do Brasil, que viveu lá fora para depois vir para cá e destruir o Brasil como ele está fazendo. (05/09)

N9: Tudo o que o Brasil tem, as dívidas , tudo deve ao exterior. Tudo que a gente compra hoje é artigo de fora. Então eu acho que como o Lula falou, tem que dar mais chances às pequenas empresas.(19/09)

A economia foi sempre o centro do debate no discurso eleitoral do pleito estudado. Não seria um exagero dizer que a eleição para Presidente da República em 1998 teve um caráter plebiscitário. Quem aprovou e/ou apoiou o Real deve ter votado em Fernando Henrique. Quem reprovou o plano votou contra Fernando Henrique. Os candidatos adversários eram Lula, Ciro Gomes, Enéas e uma série de outros que obtiveram uma votação inexpressiva.

Cabe uma pequena digressão sobre o candidato Enéas Carneiro, que tem se tornado personagem folclórica dos pleitos presidenciais. O eleitores de Enéas eram normalmente pessoas que recusavam participar da eleição. Buscavam um candidato que certamente não se elegeria. Votando em Enéas, pensavam ser uma maneira segura de anular o voto sem que isso contribuísse para a vitória de Fernando Henrique. Contudo o candidato ao anunciar a construção de uma bomba atômica em um possível governo acabou perdendo muitos votos.

B5: Eu falei assim, já que eu não tenho candidato, eu vou votar no Enéas, porque ele vai perder. Aí o homem fala que vai trazer uma bomba, vai trazer para quê? Mesmo que ele não vá ganhar, eu prefiro não dar meu voto para ele.(20/08)

A2: O que tem o Enéas falar da bomba que caiu lá em Hiroshima? Que não quer que a bomba caia no Brasil? Isso aí é totalmente errado mesmo, tirar uma coisa não sei lá da onde.(18/08)

D4: Eu estou vibrando com o desarmamento e o Enéas falando em bomba atômica para se defender, eu fiquei abismado. Num país que a gente

está querendo paz, falar em construir bomba? De uma coisa eu tenho certeza, nele eu não voto.(25/08)

Podemos dizer que os eleitores de Ciro Gomes eram aqueles que optavam pela "terceira via". Recusavam o Plano Real , não gostariam de votar em Fernando Henrique, mas também não acreditavam e não queriam apostar em um governo de Lula. A rejeição a ele era quase sempre associada à sua falta de chances ou ao perigo de ser um novo Collor.

B: O Ciro me chama a atenção porque eu acho que o Ciro Gomes fez um ótimo trabalho em São Paulo, não é? Pelo o que eu conheço dele, o trabalho dele lá foi bem. Eu coloquei no papel que eu voto nele. Eu sou a favor do Lula mas sou contra ele apoiar esses conflitos, esses confrontos dos Sem Terras com a polícia de apoiar saques.(20/08)

P9: Eu acho, o Ciro Gomes eu penso que ele é igualzinho ao Collor (29/09)

P9: É igual o Ciro falou que todo mundo tem medo de arriscar né, numa, num novo candidato e ele fala: "se perder o medo", votar nele, eu gosto dele, eu acho que ele passa uma seriedade assim...(19/09)

Os eleitores de Lula eram por excelência críticos em relação ao Plano Real. Em geral, acreditavam ser a política econômica adotada por Fernando Henrique a melhor justificativa para o alto índice de desemprego no país e questionavam se o Governo estava de fato controlando a inflação.

S8: Eu acho que ele causou a maioria do desemprego. Desemprego sempre existiu, mas agora é em massa. E quem causou foi ele (Fernando Henrique). Esse plano é que causou, quebrou firma demais.(26/09)

Q2: Pergunta para a gente que é rodoviário, eu trabalho em uma empresa de ônibus, gente é um sufoco! Se você parar um minutinho na sua empresa, você vê que é gente batendo de três em três minutos pedindo emprego. É uma indignação!(01/10)

D8: O Fernando Henrique falou ali, o Eduardo Azeredo falou que trouxe a Mercedez para cá e a Belgo Mineira. Mas deixou a Ferreira Guimarães ir embora, a Facit está quebrando, a Master mandou 800 mulheres embora. Fernando Henrique fala que gera emprego, trouxe algumas firmas mas em compensação deixou três irem embora.(25/08)

A condição para ser eleitor de Fernando Henrique era estar minimamente satisfeito com o Plano Real.

S5: Eu lembro da época do Collor, cada dia que a gente ia fazer compras, a gente que é dona de casa, um dia a lata de óleo estava um preço e depois estava mais cara. Agora, não. Agora a gente pode fazer planos, a gente sabe o quanto vai gastar pois está tudo o mesmo preço.(26/09)

I5: Eu sou pobre e sei e vejo a realidade. O Brasil está comendo melhor, qualquer um tem uma televisão dentro de casa. (05/09)

Desta maneira acreditamos que os eleitores de Fernando Henrique adotaram neste pleito um comportamento basicamente satisfacionista, isto é, consideraram o mínimo ganho experimentado no início do Plano Real melhor que o risco de não haver ganho nenhum com outro candidato no poder. Alguns debates foram acesos por tal questão:

Q2: Eu te pergunto: o que mudou em sua vida nestes quatro anos?

Q4: Ih... Muita coisa, Nossa Senhora.

Q2: O que por exemplo? Não vai me dizer que é porque você entrou na Brasimac e comprou uma televisão nova. Isso é o fim do mundo.

Q4: Eu também comprei uma televisão nova.(01/10)

Os eleitores de Fernando Henrique eram aqueles que satisfeitos com o Plano Real votavam no candidato que acreditavam melhor conservar a estabilidade da moeda , principalmente em um contexto de crise. Já os eleitores de Lula, insatisfeitos, queriam a manutenção do plano Real mas reprovavam a política econômica do governo da ocasião.

Um aspecto relativo à forma do discurso eleitoral, que indica uma interessante leitura feita pelos grupos do formato do horário político, é pensá-lo como um espaço injusto de debate devido a distribuição desigual de tempo.

A1: Já começa errado desde o horário político. Eu não sei se vocês repararam , os outros candidatos não teve tempo nenhum , praticamente para falar nada. O horário deles é deste tamanhozinho, e o do Fernando Henrique e do Lula é deste tamanho oh.

*A10: Tinha que ser igual, isso eu concordo, tinha que ser igual.
(18/08)*

C5: Eu também concordo que a eleição tinha que ter um tempo estipulado para todo mundo igual, se é uma eleição, uma coisa que tem sinceridade, para ser disputada com sinceridade, tinha que dividir o tempo melhor entre eles e não o Fernando Henrique roubar o tempo todo.

C2: É igual deputado que tem boca grande e come os outros.(22/08)

5.4 - A Lógica Judiciária/Plebiscitária do Eleitor

A análise do material indica que os eleitores usaram muito mais o passado para orientação de suas escolhas, do que propostas relativas ao futuro. Os eleitores pró Fernando Henrique se apegavam ao ganho mínimo que obtiveram e projetavam outro ganho mínimo com base no passado. Os eleitores de Lula e Ciro Gomes olhavam os quatro anos como desastrosos para suas vidas pessoais e projetavam a piora do cenário no caso de reeleição. Isso significa que Fernando Henrique foi mais central na decisão do voto das oposições que os projetos dessas oposições. A leitura dos debates aponta freqüentemente para uma lógica plebiscitária. Isso fica mais claro se notarmos como argumentos judiciais prevalecem sobre argumentos deliberativos no discurso dos eleitores. Como foi colocado na seção teórica, tecnicamente os argumentos deliberativos tentam montar quadros persuasivos do futuro do tipo "ele vai gerar milhões de empregos" e os argumentos judiciais avaliam o presente sempre com as luzes do passado como "ele causou desemprego então não voto nele" como no caso:

D3: Esse problema de prometer muito é de todos os candidatos. Se o povo está insatisfeito tem que procurar mudar de alguma forma. O Fernando Henrique está aí se o povo estiver satisfeito, ele vai continuar. No meu voto, eu vou tentar muda. O desemprego, a educação , está terrível (25/08)

Essa eleitora descartou em sua justificativa os argumentos deliberativos apresentados pelos candidatos (seus projetos de governo). Assim como ela, percebemos

que a maioria das pessoas adotaram naquele pleito argumentos judiciais na elaboração de sua intenção de voto. Predominaram os discursos que avaliavam o governo de Fernando Henrique.

B5: Agora ele está pensando no povão, está entendendo? Mas na hora lá dele fazer as coisas para privilegiar a gente, ele não fez. (20/08)

A: Ele teve quatro anos , ele tinha que ter feito tudo, certo? Por que agora ele está pedindo mais chance para poder continuar fazendo o que ele não fez? Ele tinha que Ter feito antes. Ele tinha que Ter percebido isso antes. As propostas são muito enganosas como disse no caso dos aposentados. (18/08)

A: Eu acho que tinha que dar oportunidade a outras pessoas pra gente vê. Vai ficar a mesma coisa sempre? Sempre no mesmo erro. Eu acho que é um erro ter Fernando Henrique de novo. Ele fez errado e vai fazer de novo agora. (18/08)

B9 : Os que estão lá que a gente já conhece é o Fernando Henrique, já conhece ele como Presidente, de maneira que as pessoas não querem ele de novo. O Lula nunca foi, os outros nunca foram, então quer dizer fica assim, você não tem como decidir pelo que eles já foram. Você só tem a estória deles, para você pensar e pensar no que eles podem fazer se forem lá.(20/08)

Exemplos de julgamentos positivos:

A: É acontece que ele está investindo é no futuro, na educação, na escola porque muitas crianças não tinham condições de estudar e, hoje, você pode olhar nas escolas que tem muita criança estudando, Ele está investindo agora e quando as crianças formarem, ela vão Ter um futuro melhor. Só que claro tem o desemprego, está difícil. Mas não dava para ele mudar tudo de uma vez só , como ele mesmo disse o Brasil é muito grande e ele é uma pessoa só para mudar . É claro que ele tem seus ajudantes , mas não dá para fazer tudo de uma vez só. Eu acho que se desse uma oportunidade para ele, talvez ele poderia fazer melhor como outros também poderiam fazer, o Lula. Eu acho que ele está investindo certo na educação, na agricultura e ele pode investir certo no desemprego e na saúde.(18/08)

F9 – Eu tenho coisa hoje que se eu fosse comprar naquela época eu não tinha, o que eu tenho hoje é o que comprei durante esse plano. Por isso eu voto nele, e quem quiser votar nele eu dou o maior apoio, pois se ele conseguiu até agora isso depois ele pode conseguir muito mais. Mas se outro entrar, o Lula, o Ciro, vai mudar tudo, vai aumentar os juros , taxa disso, taxa daquilo.(29/08)

As condenações chegavam mesmo a beirar a irracionalidade quando um eleitor preferia alguém pior do que FH só para não votar nele:

A7: Só do Fernando Henrique estar lá já é um erro. Eu ponho um pior do que ele lá, mas ele eu não quero, não. (18/08)

Vejamos um depoimento onde podemos perceber efeitos de posição (polaridade povo x elite) associado ao argumento tipicamente judiciário, ambos sustentados por uma experiência direta da vida cotidiana. O resultado é um efeito de disposição anti-Fernando Henrique:

H1: O Fernando Henrique falou que ajudou na Saúde mas nem tanto. Quem tem condições de pagar um plano de saúde é bem atendido e quem não tem tem que enfrentar fila do INANPS. Não mudou se tivesse mudado não estava assim. Seria direitos iguais. Eu fui ao médico e tinha que fazer uma ultrassonografia. Marcaram para 11h 50min e me atenderam 13h 40 min. Se tivesse morrendo, ia morrer na fila, e tem muita gente que morre na fila. Não acho que mudou. (29/08)

Um ponto interessante é o julgamento usar como "prova" condenatória ou favorável do governo a experiência de uma inflação presente para uns e controlada para outros. Nesse caso havia uma percepção de vários matizes:

08: Não, não convence (discurso de Fernando Henrique), pra mim a inflação ainda está aí, o que eles estão escondendo, não é? Fala que acabou. Para mim a inflação está aí. (26/09)

M10: Mas um país que viveu a inflação mais de 15 anos, alta; chega um presidente e acaba com ela em 4 anos, não acabou, mas acabou um pouco.(12/09)

H7: Ele baixou a inflação, mas se baixou a inflação teve desemprego, agora tem que tentar coincidir inflação com desemprego. Tem que tentar os dois. (29/08)

G4: Se o Sarney estivesse lá o pacote de arroz estava custando 10 mil reais, mas também quanto estava o salário? Porque o Sarney tudo bem, aumentava todo dia, mas você tinha aumento de salário todo mês. Agora quanto tempo que não tem e as coisas estão subindo. A inflação pode estar baixa, eu faço compra, pra quem não vai ao supermercado fazer compra. Mas você vai ao supermercado este mês e volta no mês que vem pra ver se você compra a mesma coisa pelo mesmo preço. (01/09)

A troca de Fernando Henrique por Lula era justificada pela lógica judiciária do tipo "não fez um bom governo para mim, então eu troco". Esse tipo de eleitor com certeza acha menos relevantes aspectos de política internacional e foca suas preferências na avaliação do desempenho doméstico:

J9: O Fernando Henrique tem quatro anos e não conseguiu assim, por exemplo, a educação, eu acho que a saúde e a educação. Eu acho que antigamente, pelo menos, não estava tão mal assim como estão hoje. De repente, eu vejo lá, mostra no jornal, hospital que vai fechar aqui e que vai

fechar ali. Isso não está certo. Então, eu posso por uma pessoa diferente para ver se muda lá. (08/09)

M8: Eu acho que deve haver uma mudança ,sim. Eu, particularmente, não estou satisfeito com o governo FH.(12/09)

Q4: É porque para ajudar o povo, pouco ele fez. Tudo bem que ele fez. Tudo bem que ele está fazendo para pagar a dívida externa já é um alívio para o povo não é? Mas eu acho que ele deveria ajudar mais o povo.(22/09)

5.5 - Sintetizando

Podemos agora dizer que temos uma imagem mais clara da ideologia do eleitor surgida nos debates. Vimos que ela varia desde a operação mais sofisticada de argumentos quase-lógicos até o reducionismo dicotômico do tipo "se não-A, então B". Notamos acima de tudo que na construção de tais argumentos as posições sociais dos agentes interagem com suas disposições simbólicas resultando em diferentes matizes de opinião. Porém, todas essas opiniões são marcadas, em graus diferenciados, por perspectivas limitadoras de suas potencialidades críticas. Tais limites são, no entanto, uma parte importante do mecanismo operatório das escolhas eleitorais.

Vimos também que o lastro que garante a validade de tais argumentos entre os debatedores é o que chamamos de realidade da vida cotidiana, ou seja, experiências diretas dos indivíduos transformadas em estoques de conhecimento rotinizados por meio da conversação e da interação no dia-a-dia. Assim o eleitor, antes de desenvolver conceitos específicos para lidar com a política, trata de reduzir seus fenômenos à sua compreensão comum do mundo. Os mecanismos capazes de permitir tal redução requerem, conforme o seu grau de complexidade, a incorporação de pacotes de idéias recebidas pelo eleitor como explicações válidas e generalizáveis, provenientes do que ele elege como fontes: seja a mídia, seja outro eleitor como ele ou "mais informado" do que ele. O uso desses pacotes para satisfazer as necessidades operativas da decisão de votar e explicar o voto é o que chamamos de ideologia do eleitor.

6 - O Desenho Metodológico da Pesquisa

Ao contrário do que sugere um clássico roteiro de pesquisa, não partimos da elaboração de uma abordagem teórica rigorosa, que cria a expectativa de que certos eventos venham a ocorrer sob condições específicas, para depois verificarmos nossa hipotética estimativa. Nosso procedimento foi um tanto diverso. Utilizamos primeiramente algumas noções teóricas simples dos conceitos básicos de ideologia e persuasão e nos lançamos à parte empírica, mas sem preocupação de enquadrar imediatamente os dados que estávamos começando a coletar, apenas discutíamos as idéias sem mesmo tentar sedimentá-las. Depois desta etapa, buscamos então, mais profundamente, os modelos causais que contribuía para nossa explicação. Os conceitos foram sendo selecionados, adaptados e conjugados de modo a construir uma teoria que explicasse o mecanismo de seleção e recepção do horário eleitoral na campanha para a Presidência da República em 1998.

Desta forma, ao lançarmo-nos ao trabalho de campo, tínhamos em mente apenas os objetivos da pesquisa. Buscávamos identificar sem rigidez :1) os mecanismos de recepção e processamento das informações veiculadas pela propaganda eleitoral na campanha política para a Presidência da República em 1998; 2) a ideologia do eleitor comum, prestando atenção nos seus valores e suas atitudes; 3) imaginar as implicações da ideologia do eleitor comum para uma teoria mais ampla do ato de votar e da democracia.

Enfim, a idéia era conhecer as estruturas cognitivas que os cidadãos possuíam para o trato com a política e quais eles utilizavam na interpretação das novas informações veiculadas pela propaganda eleitoral e pelo momento eleitoral.

Para analisarmos o impacto persuasivo do horário eleitoral sobre este cidadão comum, o primeiro passo foi buscar conhecer suas idéias políticas. Para tanto utilizamos como métodos de pesquisa as *entrevistas em profundidade* com um pequeno grupo de pessoas. Um segundo método de pesquisa foi utilizado para estudar o processo de recepção e processamento das mensagens veiculadas no horário eleitoral, os *grupos de discussão* ou, como trata certa literatura, *focus groups*.

6.1 - Entrevistas em Profundidade

Uma amostra de 18 entrevistados foi elaborada de maneira a respeitar as características do eleitor comum que buscávamos trabalhar. O tipo ideal dos eleitores comuns pode ser descrito estereotipadamente como aqueles indivíduos que acordam cedo, vão para o trabalho e, ao final do dia, retornam para casa onde encontram a família, ou permanecem no lar trabalhando em casa, ou ainda, no caso de mulheres que trabalham fora, cumprem essa dupla tarefa. Dia-a-dia seguem trabalhando para que ao final do mês alguns recebam um rendimento que varia de 2 a 5 salários mínimos, com o qual pagam as compras e as contas da casa. Homens ou mulheres, donas de casa ou não, gente comum pressionada entre os problemas do trabalho e os problemas da vida privada, isolados das preocupações e atividades extra-familiares, sem disponibilidade para a política. O universo cultural dessas pessoas é marcado pela TV, sua maior fonte de informação e entretenimento.

Para reproduzir este perfil, a amostra foi elaborada a partir das variáveis básicas: nível de renda (de 2 a 5 salários mínimos mensais), nível educacional (até oito anos de escolaridade), idade (18 a 45 anos), ambos os sexos e no caso de ser mulher, de acordo com sua ocupação (dona de casa ou inserida no mercado de trabalho). (Fig.1)

Figura 1- Distribuição dos participantes das entrevistas em profundidade de acordo com idade, sexo e atividade.

Idade/sexo (atividade)	Homens	Mulheres(trabalham fora)	Mulheres(donas de casa)
18 a 25 anos	2	2	2
25 a 35 anos	2	2	2

35 a 45 anos	2	2	2
--------------	---	---	---

O recrutamento foi feito a partir de uma rede de conhecimentos. Cerca de duzentos questionários foram distribuídos a parentes, amigos, vizinhos, conhecidos, prestadores de serviços a quem pedíamos que repassem os questionários para frente, para outros conhecidos deles e, depois, os conhecidos dos conhecidos repassassem para frente e assim por diante. Esse tipo de amostra recebe o nome de *bola de neve* e é muito utilizada, quando se pretende estudar um grupo em que se tem acesso restrito e que não pode ser escolhido aleatoriamente, a partir de uma listagem, na medida que tal listagem não existe (Weiss, 1994).

Foi realizada uma entrevista com cada participante por mês, ao longo de cinco meses (maio a setembro de 1998). As entrevistas eram realizadas de modo geral na residência das pessoas o que contribuía para a contextualização da conversa e tinham duração média de uma hora. Todas as entrevistas eram guiadas por questionários constituídos de perguntas abertas, possibilitando que as entrevistas se estendessem para além das questões listadas, contudo sem que fugisse do interesse inicialmente proposto.

Os questionários, que seguem em anexo, foram baseados nos trabalhos desenvolvidos por Lane no *Political Ideology (op cit)*; Campbell no *American Voter*(Campbell, 1964); Doris Graber (Graber,1988) e Alessandra Aldé (Aldé 1997). Os seguintes pontos foram abordados ao longo das entrevistas:

1) as qualidades pessoais do indivíduo (a imagem que fazia de si, como se comportaria em determinadas situações concretas, quais são seus valores pessoais, como se relacionava socialmente);

2) sua história e suas experiências de vida (a família, a escola, a profissão, o dinheiro);

- 3) suas idéias políticas (o que é democracia, igualdade, liberdade, justiça social, governo);
- 4) o nível de exposição do indivíduo à mídia;
- 5) as pressões políticas às quais está submetido;
- 6) o conhecimento político que possuía sobre o funcionamento do governo e a prática da política, sobre os acontecimentos políticos.
- 7) sua intenção de voto e apreciação da propaganda política

De acordo com as teorias fenomenológicas, basicamente Schutz, para se abordar um tema entre os agentes sociais é preciso fazê-lo a partir da rotina, do dia-a-dia. Então, as questões referentes ao cotidiano dos participantes trouxeram significativas contribuições para a compreensão da ideologia política do cidadão comum. Tais questões tiveram um peso maior junto aqueles indivíduos, que se apresentavam com maior grau de alienação política. De fato percebemos que embora muitos dos entrevistados não pudessem fornecer regras gerais e abstratas sobre o mundo da política, havia sempre a possibilidade de interpelá-los sobre a solução que dariam para questões concretas, ou seja, para sabermos sobre questões mais ideológicas por várias vezes precisamos inseri-las no cotidiano. Desta forma provocávamos uma série de comentários, expressões de indignação, fazendo com que formassem opiniões e com isso foi possível encontrar uma grande variedade de pontos de vista já formados e censuras morais bem definidas. Contudo, muitas vezes verificávamos que a comparação de dados obtidos conduziam a um todo pouco coerente e, conseqüentemente, novas informações se faziam necessárias.

A verificação e o controle das informações chamavam nossa atenção. Acreditávamos que as incoerências eram fruto da limitação cognitiva dos indivíduos e também de

possíveis processos de inibição sofridos pelo indivíduo pelas pressões sociais. Sua solução não era dada pelo mesmo indivíduo, mas por falas similares de outros entrevistados, que permitiam rastrear uma padronização mínima de um comportamento ou opinião. A literatura lembra que mesmo o mais sincero informante experimenta uma necessidade instintiva para dissimular particularmente pontos delicados (Clifford, 1983).

Durante as entrevistas em profundidade o isolamento e o nosso empenho em quebrar esta defesa inicial foram capazes de mitigar razoavelmente as pressões sociais. Já nos grupos de discussão, por outro lado, a presença de outras pessoas durante a fala dos pesquisados produzia um momento oportuno para identificarmos tais pressões. Pudemos perceber que a comunicação intragrupo é um jogo de domínio em que se trata de convencer os interlocutores. Cada participante deseja que o consenso do grupo reflita sua posição individual.

Como contribuição para um modelo teórico do procedimento temos as observações de Lane (*op cit*) que as entrevistas são *discursivas*, os entrevistados demonstram sua linha de pensamento tal que o entrevistador pode observar as associações que as pessoas fazem em seu pensamento. Uma entrevista é uma *conversa* e a recíproca troca entre entrevistado e entrevistador oferece oportunidade para extensivas sondagens das idéias do entrevistado. As entrevistas são *contextualizadas*, permitindo observações diretas do meio físico e social do entrevistado. Por fim, entrevistas são *biográficas*, possibilitando que experiências de vida sejam relatadas durante a pesquisa sobre o processamento de informações.

Todas as entrevistas foram gravadas em fitas cassetes, transcritas, estudadas, codificadas e categorizadas. A análise dos dados já categorizados resultou no capítulo 4 deste relatório.

6.2 - Discussões em Grupo

As pesquisas qualitativas com grupos de discussão - *focus group* – realizadas na investigação objetivavam verificar como os eleitores receberam os programas eleitorais da campanha para a Presidência da República, em 1998. As pesquisas qualitativas não visam explicar resultados eleitorais em termos de significação estatística, o que é feito por *surveys* clássicos. Seu objetivo é basicamente possibilitar o levantamento de opiniões típicas sobre um tema, sem a preocupação de investigar o grau de generalidade dessas opiniões, o que demandaria recursos de natureza quantitativa. Para os nossos propósitos os grupos de discussão funcionaram como estimuladores das impressões ideológicas dos indivíduos levando-os a falar de um tema que de outra forma ficaria amortecido pela "falta de uso", uma vez que a política não é fortemente presente na vida de nenhum deles.

As reuniões foram realizadas no período de 18 de agosto a 1º de outubro de 1998, sempre às terças, quintas e sábados, dias reservados à propaganda de cargos do Executivo, totalizando vinte e um programas.

Assim, o trabalho consistiu em 21 grupos, com uma média de 9 pessoas por encontro. O perfil dos integrantes dos grupos era similar ao dos participantes das entrevistas em profundidade. Sempre pessoas comuns, com baixo nível de escolaridade, pertencentes a classe C/D e com renda mensal variando de 2 a 5 salários mínimos.

Após definido o perfil dos integrantes dos grupos, foi contratada uma empresa de pesquisa, *Cenário Pesquisa e Consultoria*, para realizar a seleção da amostra e o trabalho de recrutamento. Os participantes foram acessados também através da amostragem *bola de neve*. Os contatos eram realizados pelos integrantes da empresa.

Para evitar que os indivíduos prestabelessem opiniões ou posturas, poucas informações eram oferecidas sobre a pesquisa no momento do recrutamento, de modo que eles permaneciam desconhecendo parcialmente a investigação e os seus objetivos até o momento da realização dos grupos.

Os participantes eram buscados em suas residências por volta das 19 horas e conduzidos até o *Laboratório de Psicologia Cognitiva e Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (LPCS-UFJF)*, onde eram realizadas as discussões em grupos. Quanto às necessidades ambientais e infra-estruturais, o laboratório apresentava todas as condições de caráter técnico - era agradável e sem ruídos, com uma disposição de assentos que não determinava qualquer preeminência nas condições de diálogo - e de caráter simbólico, podemos dizer que o local era neutro, sem qualquer marca social.

Uma vez reunidos, era dado início a dinâmica. De acordo com o funcionamento do grupo de discussão, o moderador orientava o encontro. O moderador começava agradecendo a presença das pessoas e em seguida explicava de maneira sucinta alguns objetivos desse tipo de investigação e o motivo da reunião. Era aplicado, então, um questionário sobre a intenção de voto dos participantes. Na seqüência, as pessoas assistiam à propaganda política. Posteriormente, o debatedor conduzia a discussão sobre os programas. Para minimizar os efeitos do processo seletivo adotado pelo moderador, que vem operar e interferir nos resultados observados nas condições estudadas, participamos da realização de todos os grupos e filmamos os debates. Monitorávamos o experimento na sala ao lado, por meio de um monitor de vídeo e espelho falso e podíamos formular questões sobre pontos que nos ocorriam, que eram passados para a debatedora por escrito. Na prática, isso implicou, para nós pesquisadores, um maior domínio do resultado constatado do debate, possibilitando detectar algum elemento que por acaso tenha sido realçado durante o experimento.

Terminada a discussão eram aplicados, ainda, questionários avaliando os programas e as atitudes dos candidatos , as intenções de voto dos integrantes, depois dos debates sobre o programa do dia. Ao fim da seção era oferecido um lanche aos participantes.

A discussão terminava por volta das 22 horas, não se prolongando por mais de uma hora e meia já que, obviamente, esta atividade se situava na hora de folga dos participantes.

Todos os grupos realizados foram filmados, as fitas de vídeo foram transcritas. O material foi então codificado e categorizado. Análise deste material resultou no capítulo deste relatório.

7 - Conclusão

A presente investigação trabalhou com uma hipótese explícita sobre o comportamento dos eleitores de baixo estrato social: a de que eles são indivíduos ativos na formação de suas preferências, diante dos estímulos do mundo político e da propaganda eleitoral, ou seja, não se limitam à conformação de suas opiniões aos diversos discursos orientados para persuadi-las via propaganda política. O processo é marcadamente invertido: suas opiniões prévias são cruciais na organização que fazem das mensagens políticas, quer para aceitá-las, quer para rejeitá-las.

Ao pensá-los e tomá-los desta maneira pudemos clarear os mecanismos cognitivos que o eleitor lança mão para processar as informações do contexto político. Vimos que os principais mecanismos dessa natureza consistem em duas operações básicas, ambas de caráter reducionista: a primeira é a utilização do estoque de conhecimento gerado pelas experiências diretas e rotinizadas da vida cotidiana para julgar as mensagens vindas de fora, no caso, do universo político. A segunda operação consiste na manipulação de pacotes de idéias recebidas por meio da conversação e da recepção da mídia (não necessariamente política), o que chamamos de *ideologia*, para enquadrar e explicar, nas interações sociais, os discursos persuasivos da propaganda e as falas oriundas do universo político.

O material levantado pelas entrevistas e grupos de discussão levaram a um quadro que corrobora criticamente nossa hipótese: os eleitores têm recursos cognitivos simples, porém eficientes para avaliarem a propaganda política e tomarem uma decisão. Como consequência, o efeito persuasivo da propaganda eleitoral pode ser medido conforme a capacidade desta em se comunicar positivamente com as experiências pré-

formadas desse eleitor e com suas idéias operatórias. Caso contrário a propaganda não será persuasiva.

Mesmo no parcial isolamento de suas limitações simbólicas e culturais o eleitor que nossa pesquisa investigou, revela critérios para aceitar ou rejeitar mensagens políticas, baseados em sua experiência do mundo. Isso afasta tal eleitor do estereótipo do "homem das massas", um ser desprovido de pensamento, completamente manipulável pela propaganda. Trata-se de um fato alentador para uma teoria da democracia e para a experiência real da democracia brasileira, pois descobrimos um cidadão que tem na liberdade de pensamento e opinião um valor e não estaria disposto a acatar positivamente guinadas autoritárias. Ao lado desse aspecto positivo, vemos com alguma inquietação que esse mesmo eleitor se considera, como regra, excluído, dos benefícios materiais da ação política democrática. Ele não percebe uma forte ligação entre o exercício do voto e a implementação de políticas que lhe trarão bem estar, a não ser nos casos explícitos do ganho clientelista. A noção de *representação de interesses* é virtualmente ausente das falas desses eleitores, o que demonstra uma incapacidade da democracia brasileira de tornar-se um instrumento real de ação, contra as desigualdades sociais, mesmo preservando um espaço no campo ideológico da liberdade de opinião.

Não vendo seus interesses representados, restou aos eleitor, no pleito de 1998, usar o seu voto como um instrumento judiciário: se minimamente satisfeito com sua retrospectiva pessoal do atual governo, votou pela reeleição. Ou, ao contrário, como no caso principal do contexto de Juiz de Fora, puniu o executivo votando na oposição. Praticamente não havia, nas falas coletadas, qualquer identificação com propostas deliberativas de ação dos candidatos. Havia sim, bem notável, uma lógica retrospectiva e plebiscitária, na qual o executivo no poder era o centro dos julgamentos.

Do ponto de vista teórico a pesquisa revelou-se um excelente campo de teste para a revitalização do conceito de ideologia, aplicado aqui sob forma de um modelo restrito, que dialogava com saberes de diferentes áreas, principalmente com elementos das teorias da argumentação. A noção de idéias operatórias de formato *quase-lógico* foi uma ferramenta fundamental para análise das falas pesquisadas e tem amplas possibilidades de generalização para outras investigações do gênero.

Quanto à metodologia, consideramos que a conjugação das entrevistas em profundidade com os grupos de discussão ampliou, consideravelmente, as possibilidades de análise do pensamento dos eleitores, revelando em cada tipo de abordagem facetas extremamente ricas e muitas vezes surpreendentes dos horizontes cognitivos dos cidadãos de baixo estrato social. A combinação dos dois métodos qualitativos foi testada e aprovada, possibilitando também sua generalização para estudos semelhantes.

Ainda que esta pesquisa tenha as limitações próprias de avaliar apenas um tipo de eleitor (que numa leitura mais avançada mostrou-se com diferentes matizes internos, como sublinhamos no corpo da análise), ela significou, acreditamos, um passo relevante em termos de estudos eleitorais e pode sem dúvida contribuir como base para investigações mais amplas do voto e da teoria da escolha democrática.

Bibliografia

- ALDÉ, Alessandra: Telejornal e a Formação da Opinião Política: Recepção e Processamento de Informações. Projeto de tese apresentado ao Programa de Doutorado em Ciência Política/IUPERJ, R J, 1997.
- ARON, Raymond: L'opium des Intellectuels, Paris, Gallimard, 1960.
- ARROW, Kenneth J.: Social Choice and Individual Values, New Haven, Yale University Press, 1978.
- BARBOSA ,Rubem: "A Dinâmica de Consolidação do Sistema Partidário-A Evolução do Processo de Juiz de Fora e a Construção de Modelo Analítico", Relatório Geral, Juiz de Fora, Centro de Pesquisas Sociais/UFJF,1993.
- BELL, Daniel: The End of Ideology, New York, The Free Press, 1960.
- BOUDON, Raymond: A Ideologia , São Paulo, Ática, 1989.
- BOUDON, Raymond: L'Art de se Persuader des Idées Douteuses, Fragiles ou Fausses. Paris, Fayard, 1990.
- BOURDIEU, Pierre: A Economia das Trocas Simbólicas, São Paulo, Perspectiva, 1992.
- BOURDIEU, Pierre: Razões Práticas: Sobre a Teoria da Ação, Campinas, Papirus, 1996.
- CAMPBELL, Angus et.alli: The American Voter.New York, John Wiley & Sons, 1964.
- CARVALHO, Nelly: Publicidade, a linguagem da sedução, São Paulo, Ática, 1996.
- CLIFFORD, James: Power and Dialogue in Ethnography: Marcel Griaule's Initiation, in: *Observers Observed: Essays on Ethnographic Fieldwork*. STOCKING, George W. The University of Wisconsin Press, 1983.
- CONVERSE, Philipe: E. The Nature of Bilief Systems in Mass Publics, in: Apter, David (org) *Ideology and Discontent*. New York, The Free Press, 1964.
- DEFLEUR, Melvin & BALL-ROKEACH Sandra: Teorias da comunicação de Massa. Zahar, Rio de Janeiro, 1993.
- DOWNS, Anthony : An Economic Theory of Democracy. NY, Harper & Row Publishers, 1957.
- FIGUEIREDO, Marcus Faria: Democracia, Comportamento Eleitoral e Racionalidade do Voto: Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Ciência Política da USP, São Paulo, 1988.

- GRABER, Doris Processing the News: How People Take the Information. New York, University Press of American, 1988.
- KRAMER, Gerald: Short-Term Fluctuations in US Voting Behavior: 1896-1964. In: *The American Political Science Review*. Vol 65, 1971.
- LANE, Robert E. Political Ideology: Why the american common man believes what he does. New York, The Free Press of Glencoe, 1962.
- LAZARFELD, Paul, BERELSON, Bernard, GAUDET, Hazel: The People's Choice, New York, Columbia University Press, 1948.
- LUPIA, Arthur e McCUBBINS, Mathew. The Democracy Dilemma: can citizens learn what they need to know? Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
- MARX, Karl, ENGELS, Friedrich: A Ideologia Alemã, São Paulo, Martins Fontes, 1980.
- PERELMAN, Chaïm & OLBRECHTS-TYTECA, Lucie: Tratado da Argumentação, a Nova Retórica, São Paulo, Martins Fontes, 1996.
- POPKIN, Samuel L. The Reasoning Voter. Chicago, The Chicago University Press, 1991.
- SALAZAR, Carlos Eduardo C. “*Los grupos de discusión como propuesta metodológica*” in BARBA, Cecília C. e RUIZ, Enrique S. Investigar la Comunicacion., Guadalajara, 1994.
- SCHUTZ, Alfred: Estudios Sobre Teoria Social, Buenos Aires, Amorrortu, 1974(a).
- _____ : El Problema de la Realidad Social, Buenos Aires, Amorrortu, 1974(b).
- SOARES, Murilo César: Retórica e política, in: *Comunicação & Política*, v III, n 2, maio agosto, 1996.
- STOPPINO, Mário: Ideologia, in: BOBBIO *et alli: Dicionário de Política*, Brasília, UNB, 1986.
- TOULMIN, Stephen: The Uses of Argument, Cambridge, Cambridge UP, 1997
- WEBER, Max: Economia e Sociedade. vol 1, trad. R. Barbosa e K E. Barbosa, Brasília, UNB, 1991.
- WEISS, Robert S. Learning from stranger: the art and method of qualitative interview studies., New York, The Free Press, 1994.