

Breve análise sobre o eleitor em BH: exposição e percepção sob a perspectiva de influência da mídia

Helcimara de Souza Telles

Email: *mara-telles@uol.com.br*

Pedro Soares Fraiha

Email: *pedrofraiha@yahoo.com.br*

Nayla Lopes

Email: *nayla@naylalopes.com.br*

Amanda Guimarães Borges¹

Email: *a.guimarãesborges@gmail.com*

Área Temática: Opinión pública y comportamiento electoral – Comportamiento Electoral y Cultura Política.

Resumo

Os meios de comunicação se converteram em um dos principais atores da esfera política, na medida em que supõem o ponto de encontro entre os partidos políticos e o cidadão eleitor. A forma como a mídia influencia a população brasileira é preponderante para a formação de opinião do eleitor. A profundidade do discurso do eleitorado é rasa no sentido de se contradizer sobre determinados assuntos. Na tentativa de traçar o perfil do eleitor em Belo Horizonte, e supondo que a mídia influencia de alguma maneira o discurso do cidadão, analisamos diversas variáveis de intenção de voto, percepção e exposição à mídia, representação e avaliação das instituições e da situação econômica do país. A base de dados sobreveio da pesquisa realizada em Belo Horizonte, uma semana antes das Eleições Municipais de 2012. Apesar do cenário político nacional por uma crise política centrada em escândalos de corrupção, os resultados sugerem que o voto econômico retrospectivo foi o principal fator de influência na decisão de voto dos eleitores. Os candidatos concentraram ataques baseados em administrações passadas, convencidos de que este tipo de avaliação seria determinante na escolha do voto. Fatores como “a experiência anterior do candidato em cargos públicos e políticos” e “o programa de governo do partido/candidato, ou proposta” foram considerados as principais razões para se eleger um prefeito.

Trabalho elaborado para apresentação no 7º. Congresso Latino-Americano de Ciência Política, organizado pela Associação Latino-Americana de Ciência Política (ALACIP) e realizado em Bogotá (Colômbia) de 25 a 27 de setembro de 2013.

¹Helcimara de Souza Telles é doutora em Ciência Política (Universidade de São Paulo), professora da Universidade Federal de Minas Gerais e coordenadora do grupo Opinião Pública; Pedro Fraiha é graduando em Economia pela UFMG e bolsista CNPq pelo Grupo de Pesquisa Opinião Pública. Nayla Lopes é mestranda em Ciência Política pelo UFMG; Amanda Borges Guimarães é graduanda do curso de Ciências Sociais pela UFMG.

Introdução

A relevância dos estudos de decisão de voto é evidenciada na diversidade de teorias que fundamentam as principais pesquisas de comportamento eleitoral. Na literatura atual é evidente uma concentração de estudos sobre as eleições presidenciais, mas a compreensão de como o brasileiro vota e a identificação de fatores que estão associados a sua escolha são questões que ainda suscitam divergências entre pesquisadores (SINGER, 2002, CARREIRÃO, 2002). Atualmente, a identificação com o candidato, a sua representação política e avaliação da administração passada assumem certa importância como preditoras do voto em detrimento da estruturação ideológica e identidade dos partidos. Nesta conjuntura os partidos saem enfraquecidos e outros canais de representação emergem na definição do novo governante.

Importa-nos contribuir para a compreensão de quais variáveis conjunturais podem explicar a decisão de voto nas Eleições Municipais de Belo Horizonte, mas, sobretudo, nos interessa clarificar a natureza e desenvolvimento do substrato informativo que constitui a opinião e, em último termo, a decisão do eleitor nas urnas. Nesse sentido, a mediação da informação é determinante. Enfatizar o papel da mídia significa desconstruir a concepção da população sobre determinado assunto, seja a opinião aderida ou resultado de uma discussão. Portanto, a visibilidade e vinculação de conteúdos na mídia tem impacto direto na formação da opinião pública, na medida em que constroem símbolos que determinam o valor de atores da representação política e das instituições.

A luz das principais vertentes que discursam sobre o comportamento eleitoral - sociologia política, perspectiva psicológica e a escolha racional, pretende-se enfatizar os efeitos da exposição dos eleitores às campanhas eleitorais, temas que envolvem diretamente as instituições políticas, neste caso a corrupção, e demais variáveis relacionadas à cultura política, posicionamento ideológico e preferência partidária, sobre a decisão do voto. A análise de conteúdo das campanhas e do comportamento do eleitor de Belo Horizonte permitiu concluir que a escolha do candidato esteve pautada principalmente pelo voto retrospectivo econômico, apesar da exposição do tema da corrupção ser um forte componente do “alheamento decisório eleitoral”, representado pelos votos brancos e nulos.

O artigo está dividido em cinco sessões. A primeira aborda a formação da opinião pública numa perspectiva que abre oportunidades de se observar a relação dos cidadãos entre si e com as instituições, além de avaliar a mediação e composição do debate público e compreender a profundidade e a difusão do acesso às mídias como fonte de informação. A

seguinte pondera a importância da função mediadora dada aos meios de comunicação e seus possíveis efeitos, em último termo, sobre a formação da opinião pública. A terceira sessão discorre a respeito dos efeitos da vinculação de conteúdos, sobretudo que abordem a questão da corrupção, sobre a confiança institucional, ou seja, o quanto o poder de garantir visibilidade a fatos e acontecimentos produz impactos sobre a legitimidade do regime, das instituições políticas e da própria mídia. As duas últimas sessões direcionam esforços para compreender como variáveis sócio-demográficas, posicionamento ideológico, preferência partidária, cargas do cálculo retrospectivo, e a percepção e posicionamento dos entrevistados quanto à corrupção tem peso explicativo sobre a decisão de voto. O trabalho baseia-se na análise da campanha dos principais candidatos e de um survey aplicado uma semana antes das eleições municipais, com entrevistas *vis a vis*, baseando-se na opinião de 803 eleitores.

Opinião pública

O conceito de opinião pública como fruto da troca de argumentações entre cidadãos é plausível quando tratamos de um contexto no qual é possível reunir os indivíduos num mesmo local para que se proceda ao debate racional, de onde emergirá a opinião pública. No entanto, o alargamento do que se entende por “cidadania” e a consequente ampliação do acesso à arena de participação e discussão política a um número muito maior de pessoas (o próprio crescimento demográfico, exponencial, sobretudo ao longo dos séculos XIX e XX, é um fator a ser considerado) inviabiliza a copresença, a discussão e a deliberação públicas. Há que se considerar, ainda, o aumento considerável na quantidade de informação e de tarefas cotidianas a serem exercidas pelos indivíduos, e entende-se que discutir temas políticos com outros cidadãos para que, ao fim deste processo, se obtenha uma opinião pública amadurecida e consolidada é algo fora da realidade da maioria da população – seja qual for a sociedade, no contexto atual, que se tome como exemplo.

Num estudo da obra de Habermas, Gomes (2008) retoma a contraposição entre vida familiar e vida pública, anteriormente apresentada por Aristóteles (2002), para conceituar “esfera pública”. Trata-se do local de exercício da política, em que os monarcas familiares podiam adquirir visibilidade e dialogar com seus pares sobre os negócios relacionados à comunidade em que viviam. Estando entre iguais, o que poderia levá-los à ascensão na vida pública era o domínio da retórica. Os argumentos, portanto, são a base para o funcionamento da esfera pública, onde, por se reunirem iguais, qualquer cidadão, independentemente do

poder já conquistado ou do dinheiro de que dispusesse, poderia conquistar a concordância de outros e, assim, legitimar suas ideias.

Neste contexto, aproximamo-nos da concepção “clássica” ou “ideal” de opinião pública como a opinião a que aderem os participantes de um debate após a troca de argumentos. No entanto, parece bastante óbvio que este não é o conceito mais difundido entre nós no contexto atual – ou, pelo menos, não equivale ao que observamos na prática. A “opinião publicada” é o que conhecemos hoje como opinião pública: trata-se das concepções que, por adquirirem visibilidade (notavelmente, através dos meios de comunicação), recebem a adesão de muitas pessoas – num processo de legitimação contrário ao esperado no desenvolvimento da opinião pública ideal. Ao invés de muitas pessoas chegarem a uma opinião, uma opinião é acolhida por muitas pessoas (HABERMAS, 1984, p. 221).

Em primeiro lugar, há o conceito de opinião pública que agrada dez entre dez deliberacionistas: a opinião pública é a opinião coletiva resultante da discussão pública [...]. Hoje se fala de opinião pública também em outros sentidos. O primeiro desses sentidos alternativos produz uma equivalência entre opinião pública e opinião publicada [...]. Opiniões não publicadas ou, pelo menos, que não ocupam posições centrais na esfera da visibilidade pública, são opiniões reservadas, restritas, não-públicas [...]. Opinião pública como opinião publicada é uma opinião seminal; não é pública porque produzida por muitos, mas porque, em função da sua extrema visibilidade, outras pessoas deverão a ela aderir, assumindo-a como própria (GOMES, 2008, pp. 112-113).

Habermas (1984) tende a desqualificar a opinião surgida a partir do que se publica nos meios de comunicação de massa, em contraposição àquela resultante da discussão entre pares. Porém, Gomes (2008, p. 162) se contrapõe a esta argumentação e defende que, desde que não se converta em um espaço de mera “conversa fiada generalizada”, a esfera pública deve estar aberta a discussões que não sejam restritas a especialistas – e que, neste sentido, caminhariam no sentido contrário ao de uma esfera pública como palco da formação da opinião da coletividade. Para serem discutidos pelos cidadãos, os temas precisam ser conhecidos por eles; e qual a melhor forma de disseminar conteúdos na atualidade que pelos meios de comunicação? Não se pode esperar, enfim, que todos se encontrem nos bares e cafés e, ali, ponham seus argumentos na mesa, aceitem opiniões divergentes e se disponham a conhecê-las para discutí-las e, quem sabe, alterar o modo de pensar inicialmente apresentado.

A este respeito, alguns estudos apontam para a baixa probabilidade de que indivíduos com fortes opiniões políticas entrem em discussões a este respeito – pelo menos com quem elas sabem não compartilhar seus pontos de vista. Diana Mutz (2006) assinala que, quando se predispõem a discutir acontecimentos políticos, as pessoas tendem a falar com quem

concorda com elas; de modo geral, não se procura quem tem opiniões contrárias. Da mesma forma, pessoas com pontos de vista divergentes tendem a não discutir repetidamente entre si, por não se arriscarem a discordar publicamente de opiniões que pareçam consensuais dentro de um grupo e até mesmo por respeito às opiniões alheias (posso não concordar com nada do que uma pessoa diz e, mesmo assim, gostar muito dela, o que faria com que eu preferisse evitar certos assuntos).

Mutz (2006) realiza uma investigação empírica e conclui que, quanto maiores a renda e a escolaridade, menor a propensão a conversar sobre política com pessoas que tenham opiniões divergentes (considerando a realidade estadunidense, que se identifiquem com outro partido). Para a autora, isso acontece porque as pessoas mais instruídas e ricas têm mais possibilidade de escolher com quem discutem o assunto – se quiserem discuti-lo –, o que não é tão simples para as pessoas menos instruídas e mais pobres. Para aqueles que não se envolvem de perto no universo da política ou que se julgam “incapazes” de emitir opiniões acerca do tema, os indivíduos com mais estudo e que acessam maior variedade de informações tendem a ser tidos como “autoridades” no assunto. O que Mutz (2006) verificou na realidade estadunidense está em conformidade com as reflexões teóricas de Habermas (1984, p. 249).

Mídia e ampliação da esfera pública

A ampliação da esfera pública, decorrente da popularização dos meios de comunicação, é tratada por Habermas de maneira bastante crítica. Ele fala sobre a transformação do conceito de “publicidade” (perda do caráter argumentativo em favor da vertente demonstrativa e até mesmo manipulativa) e sobre sua apropriação pelos políticos e, especificamente, pelos candidatos a cargos eletivos. Ele observa que os debates políticos são transformados em shows e que os argumentos são substituídos por símbolos. Além disso, é notável que os processos eleitorais representam muito mais momentos de interrupção da rotina de afastamento entre a política e a vida cotidiana do que o desdobramento natural de uma disputa constante de opiniões.

Tinha-se a concepção de que o voto era apenas o ato conclusivo de uma disputa contínua, feita publicamente, entre argumentos e contra-argumentos; tinha direito de participar dela todo aquele que de algum modo tinha acesso à esfera pública: as pessoas privadas e principalmente os chefes de família originários das camadas burguesas citadinas que dispunham de propriedades e nível educacional mais elevado. Essa composição social do único público que, à época, tinha direito a voto em geral encontra, hoje, um eco na composição daquela parte mais ativa de uma população com generalizado direito ao voto e que usa do seu direito ao voto:

homens votam em regra com maior frequência do que mulheres, casados com maior frequência do que solteiros, membros dos grupos de status mais elevado com maior frequência do que os membros das camadas sociais mais baixas (HABERMAS, 1984, p. 248).

A este respeito, é interessante observar que, embora a definição de cidadania tenha sido estendida a grupos que antes não eram abarcados por este conceito, ainda ocorrem desigualdades no exercício da política em suas diferentes formas, aproximando os “cidadãos” de outrora dos indivíduos “influentes” do contexto atual. Em outras palavras, embora mulheres, solteiros e membros de grupos sociais privilegiados tenham o direito à expressão política mais ampla, nem mesmo o direito ao voto é por boa parte deles exercido. Assim, uma minoria politicamente ativa convive com a maioria pouco envolvida (ou mesmo avessa) à política.

Estes apontamentos remetem-nos ao que Dalton (1984) constata ao estudar algumas democracias industriais avançadas. A partir da conceituação de “mobilização cognitiva” como a combinação de escolaridade e interesse por política, ele diferencia quatro grupos, quais sejam: apartidários (desvinculados de partidos políticos mas envolvidos com a política); partidários rituais (participam da política e se posicionam politicamente a partir do partido com que se identificam); partidários cognitivos (embora se identifiquem com algum partido, compreendem e participam da política a partir de um quadro de referência mais amplo que o oferecido apenas pelo partido se preferência); e apolíticos (não se identificam com partidos e não participam politicamente, por julgarem que seu envolvimento não traria resultados efetivos). O acesso a variadas fontes de informação é um dos fatores distintivos entre os mobilizados cognitivamente (apartidários e partidários cognitivos) e os demais.

De um lado, está a pequena minoria dos cidadãos que, com um certo acerto, podem ser chamados de “ativos”, sejam eles membros de partidos ou de outras organizações sociais, sejam eles os não-organizados, mas bem informados e fortemente participantes, na maioria dos casos eleitores muito influentes também como *opinion leaders*. Por outro lado, confrontando-se com eles, encontram-se uma maioria de cidadãos, por certo também firme em suas convicções, em relação aos quais, ao que parece, a poeira das controvérsias, políticas diárias passa sem deixar nenhum sinal (HABERMAS, 1984, p. 250).

Outro sintoma do enfraquecimento da esfera pública tradicional a partir do desenvolvimento e do uso dos meios de comunicação de massa pelos representantes políticos é a perda de espaço de conteúdos ideológicos e programáticos nas campanhas e propagandas políticas; tais informações dão lugar ao reforço da imagem pessoal dos líderes políticos, o que tende a reforçar a desconfiança em instituições.

Mídia e visibilidade

A importância da função mediadora dos meios de comunicação torna a visibilidade dos acontecimentos na arena política das sociedades democráticas liberais lutas sobre as fontes do poder simbólico (THOMPSON, 2002, p. 139), uma vez que a diversidade de interesses, não captada pelas instituições representativas, é guiada por aspectos de confiabilidade e credibilidade nas instituições. A participação se dá em caráter de interação com os agentes, na medida em que cria uma situação social na qual os indivíduos são conectados por meio de um processo de comunicação e de trocas simbólicas. A demanda por informações na esfera política é atendida em grande parte através da qualidade de elo que a mídia possui, dado que a visibilidade dos fatos na esfera política (sobretudo dos acordos e negociações ocorridos nos bastidores) é atribuída exclusivamente aos meios.

A mídia é tratada pela literatura como um canal capaz de produzir efeitos controversos. Sua ação ora é tida como um incentivo à apatia e à desmobilização popular em relação à política (TORCAL *et al*, 2003), ora é responsável por maiores níveis de interesse e participação política, principalmente quando há o acesso a variadas fontes de informação (DALTON, 1984). Para Chavero (2008, 2009), na sociedade atual, os meios de comunicação se converteram em um dos principais atores da esfera política, na medida em que se apresentam como o ponto de encontro entre os partidos políticos e o cidadão eleitor, a autora trabalha sob a perspectiva da “democracia centrada na mídia.

Cabe refletirmos, nesta mesma perspectiva, acerca da relevância dos meios de comunicação para os concorrentes nos processos eleitorais. Miguel (2003) defende que a visibilidade midiática influencia o desenvolvimento do capital político (aqui entendido como o reconhecimento da capacidade de atuação política de determinado indivíduos) e contribui para a estruturação das carreiras políticas. Em outras palavras, a conquista de espaço nos meios de comunicação pode funcionar, para aqueles com aspirações políticas, como um “atalho” para cargos mais elevados. Isso não quer dizer, no entanto, que a mídia substitua as outras formas de crescimento na hierarquia política, tampouco que a política se adapte aos meios de comunicação sem ressalvas (muito menos que se submeta irrestritamente a tais meios). A relação entre mídia e política é caracterizada pelo autor como uma “simbiose tensionada”.

Em sua relação com o campo político, os meios de comunicação estão em posição igualmente complexa. Eles cumprem funções políticas importantes, que a literatura sobre a questão já descreveu: desempenham papel crucial na formação da agenda

pública, contribuem para a disseminação de determinados enquadramentos dessas mesmas questões, contribuem para a produção do capital político, absorvem funções de expressão de demandas públicas que antes pertenciam aos partidos. Mas o campo político não é o objeto passivo de um agente que o influencia. Ele impõe limites à ação da mídia e também age sobre ela, tanto com seus recursos específicos (legislativos e administrativos) quanto por sua capacidade superior de determinar qual é o espaço da política [...]. Os agentes dos dois campos estabelecem uma espécie de simbiose, auferindo benefícios da associação, mas sempre permanece a tensão devida às lógicas e aos objetivos concorrentes que os caracterizam (MIGUEL, 2003, p. 120).

À complexa relação que se estabelece entre meios de comunicação e agentes políticos deve-se dar ainda mais atenção quando se considera o enfraquecimento dos partidos políticos como mediadores entre os eleitores e seus representantes e, por conseguinte, à sua menor expressão na obtenção de capital político. Os partidos não são vistos como instituições preponderantes nem pelos políticos – que não se veem obrigados a permanecer numa mesma legenda nem a orientar suas ações pelos pressupostos ideológicos da sigla à qual está filiado – nem pelos cidadãos, que não são mais socializados num contexto em que os partidos ocupavam uma posição social de centralidade.

Portanto, na ausência de vínculos fortes entre cidadãos e ocupantes de cargos políticos, a mídia tem sua atuação ampliada, tanto para quem já conquistou e consolidou sua legitimidade política ao longo do tempo (capital delegado) quanto para aqueles que, após obterem reconhecimento e popularidade pelo trabalho exercido em outras áreas, decidem utilizar esta legitimidade para se arriscar na política (capital convertido). É fundamental ressaltar, no entanto, que a permeabilidade do campo da política à construção de carreiras por “celebridades” encontra limites. Os políticos que acumulam o capital delegado tendem a resistir ao ingresso de outsiders em seu meio, ou seja, impõem uma “taxa de conversão particularmente desfavorável a capitais simbólicos oriundos de outros campos” (MIGUEL, 2003, p. 128), como o econômico ou o midiático, do qual nos ocupamos no momento.

Apesar do rechaço aos novatos na política que já são notórios em alguma outra área, os caciques partidários não dão conta de controlarem completamente a entrada destes atores, uma vez que, lançadas as candidaturas, a decisão está nas mãos do eleitor. As votações expressivas alcançadas por celebridades têm feito com que este cenário de resistência por parte dos políticos tradicionais se amenize e, em alguns casos, se reverta. Basta observarmos o emblemático caso do humorista Tiririca (PR), que, eleito deputado federal por São Paulo com a maior votação do país em 2010 – mais de um 1,3 milhão de votos –, levou consigo mais três colegas à Câmara Federal, graças às regras eleitorais vigentes no Brasil. Apesar de casos como este serem vistos como efeitos colaterais de um sistema eleitoral permeável à

entrada de oportunistas e pessoas sem experiência e preparo políticos, é possível encará-los como exemplos da possibilidade de alteração de estruturas de poder que parecem imutáveis e às quais apenas nos caberia a submissão.

Todavia, há casos em que a notoriedade pública originalmente desassociada da política acaba sendo uma desvantagem para o candidato, o que nos conduz à reflexão acerca de qual visibilidade é favorável aos ingressantes na carreira política. Não basta aparecer, pois popularidade não é sinônimo imediato de aprovação para a atuação no campo político. A este respeito, Miguel (2003) pondera que a imagem de defensor dos direitos do cidadão e de porta-voz de seus anseios é a que tende a se converter em vantagem eleitoral e, por conseguinte, em capital político. Como exemplo, pode-se citar o jornalista Celso Russomanno (PRB), que cumpriu quatro mandatos consecutivos como deputado federal e, em 2012, esteve em primeiro lugar nas pesquisas de intenção de voto para a prefeitura de São Paulo. Após a derrota neste pleito, ele continua apresentando um quadro destinado à defesa de consumidores num programa televisivo.

A trajetória de Russomanno evidencia uma das constatações de Miguel (2003): a chance de sucesso dos detentores de capital simbólico oriundo da visibilidade midiática em eleições majoritárias é consideravelmente menor que em pleitos proporcionais. E, mesmo para aqueles que obtêm um número expressivo de votos, a resistência entre seus pares ainda pode ser grande, isto é, ele pode ser visto pelos colegas políticos como um membro de “segunda categoria” da instituição representativa em que se encontra. É por isso que, depois de utilizada a visibilidade para a obtenção do cargo eletivo, é comum que o novo político busque se desvincular da imagem que o elegeu ou, no mínimo, sobrepor a ela a legitimidade obtida com sua atuação. Esta descrição remete a parlamentares como o ex-jogador de futebol Romário (no momento, sem partido) e o “ex-BBB” Jean Wyllys (PSOL), que, após vencerem a desconfiança dos eleitores, buscam vincular seus nomes às realizações no campo político.

Quanto maior o nível hierárquico em disputa, mais importante para os postulantes se torna a visibilidade midiática. Um candidato à presidência da República, por exemplo, não pode prescindir dos meios de comunicação para se apresentar e lutar pela obtenção de credibilidade junto a eleitores, financiadores de campanha e dirigentes partidários. Porém, o aumento da exposição é acompanhado pelo crescimento das possibilidades de uma visibilidade prejudicial à imagem do ator político.

A redução do controle de sua imagem pelos políticos resulta da evolução dos aparatos de comunicação. Afinal, num contexto de interação social face a face, essencialmente dialógica e num contexto de copresença, é possível o compartilhamento de inúmeras

referências simbólicas entre os interlocutores – o que minimiza a incidência de mal entendidos e possibilita maior controle sobre a compreensão das mensagens proferidas (THOMPSON, 2008).

Instrumentos como o telefone promovem a mediação das interações sociais, de modo que não é mais preciso compartilhar o mesmo espaço simultaneamente para que se estabeleça a comunicação. Já a mídia tradicional coloca-nos em um contexto denominado por Thompson (2008) como “quase-interação mediada”: o caráter monológico e a variedade dos contextos dos potenciais receptores são suas marcas. É inevitável, neste contexto, que o controle sobre os conteúdos emitidos seja menor, em comparação à interação face a face. O problema, para os atores políticos que se utilizam dos meios de comunicação para se legitimarem, reside em grande medida no que Thompson (2008) define como “intimidade não-recíproca à distância”). O foco nos atributos pessoais dos políticos, seja em períodos eleitorais ou durante o exercício de mandatos – acompanhado pelo já mencionado declínio da importância dos partidos –, é reforçado pelas campanhas e pela própria forma de abordagem dos fatos políticos pelos veículos de comunicação. O efeito é a identificação e a confiança de caráter pessoal, ou seja, confia-se e vota-se no indivíduo, não em sua bandeira, partido ou programa de governo e, após sua vitória, não se observam somente seus atos públicos, mas seu comportamento em situações as mais diversas. A televisão, através da qual são exibidas imagens dos políticos e de seus discursos e atos, converteu-se num ambiente privilegiado (e perigoso) tanto para os novos quanto para os experientes atores políticos. Se a distância entre “nós” (representados) e “eles” (representantes políticos) foi reduzida pela mídia, os riscos atrelados a esta forma de apresentação dos atores políticos tornaram-se bastante acentuados.

[...] dada a capacidade da televisão de produzir imagens em primeiríssimo plano, os indivíduos poderiam analisar em detalhe as ações e falas de seus líderes – suas expressões faciais, aparência, modos e sua linguagem corporal, entre outras coisas – com a atenção antes reservada àqueles com quem se tinha uma relação pessoal íntima (THOMPSON, 2008, p. 24).

Além de haver muitos atores políticos (inclusive oponentes) em disputa por uma visibilidade midiática favorável, há que se considerar o papel desempenhado pela internet nos últimos anos. Neste meio, dada a multiplicidade de emissores, é consideravelmente mais difícil controlar os conteúdos em circulação. Ademais, a evolução tecnológica tornou portáteis os aparelhos de captação de imagens, o que aumenta as possibilidades de que figuras públicas sejam flagradas em momentos desfavoráveis à sua imagem – mesmo que tais momentos pertençam ao âmbito privado de sua existência. Logo, o controle da imagem

tornou-se difícil com os meios de comunicação tradicionais (especialmente a televisão) e, com a expansão da internet, parece quase impossível.

Além das gafes e revelações de aspectos íntimos da vida dos representantes eleitos, os escândalos políticos compõem a faceta indesejada (ao menos por eles) da visibilidade midiática. O funcionamento das instituições representativas é incompreensível para os menos interessados em política, e os próprios atores políticos não fazem tanto esforço para levar ao conhecimento geral os procedimentos e rituais que se desenvolvem nos bastidores de tais instituições. Graças ao trabalho de jornalistas investigativos e à atuação de entidades da sociedade civil (ou mesmo de cidadãos participativos), o “véu de segredo” (THOMPSON, 2008) no qual estão envoltos acordos políticos tem sido retirado em inúmeras ocasiões, com desdobramentos diversos. O interessante é que um escândalo não é assim definido pela mídia após sua ocorrência, mas a visibilidade através dos meios de comunicação se impõe como “parte constitutiva do evento como escândalo (THOMPSON, 2008, p. 29). Em outras palavras, um escândalo é assim classificado por adquirir espaço na mídia, levando à ocorrência de desdobramentos que, possivelmente, não seriam verificados se não fosse a visibilidade midiática.

Cabe destacar que a elevada incidência de escândalos políticos, desde meados do século XX, não decorre necessariamente da degradação moral das novas gerações de políticos. O que acontece é que, conforme explicitado anteriormente, aumenta a observação de atitudes associadas ao caráter dos políticos, tanto no âmbito de sua vida pública quanto da privada. Quando se tem uma pessoa (e não seu trabalho, sua atuação, sua postura pública) em alta conta, espera-se dela a correção dos atos e a manutenção de uma reputação imaculada, não somente no que concerne aos interesses da sociedade.

A expectativa por políticos “virtuosos”, aliada à exploração de comportamentos reprováveis dos políticos pela mídia, acarreta a desconfiança generalizada nos políticos, de modo que aquele que “rouba, mas faz” pode até mesmo ser legitimado pela parcela descrente de eleitores. À primeira vista, parece incoerente que o eleitor busque candidatos que pautem sua vida por valores socialmente aceitos e, ao mesmo tempo, que não acredite que este perfil de político exista de fato (o que o levaria ao pragmatismo de escolher o “menos pior”). Porém, o sucesso de outsiders pode ser um indicativo de que, embora creiam na “contaminação” do campo político, os eleitores buscam alternativas. É neste contexto de desconfiança nos representantes tradicionais da política no que ela tem mais escuso que se fortalecem os novatos e alternativos.

Assim como na desinformação sobre o funcionamento das instituições, os postulantes também desempenham um papel importante para que se apresente um cenário de descrença dos cidadãos. As campanhas eleitorais de muitos deles enfocam os episódios de desvios de conduta envolvendo oponentes, numa tentativa de desqualificá-los e, naturalmente, de se colocarem como opções mais próximas do que se espera de um representante. O exemplo do mensalão, escândalo de grandes proporções que envolveu políticos brasileiros (sobretudo petistas) no ano de 2005, é bastante esclarecedor. Embora tenha sido reeleito em 2006, o ex-presidente Lula foi ao segundo turno e precisou escapar ao máximo de confrontações que o obrigassem a discorrer sobre o assunto. Nas eleições seguintes, o mensalão continuou sendo citado em campanhas. Em 2010, por exemplo, a candidata Marina Silva (PV) adotou um discurso pautado em valores éticos e colocou seus dois principais oponentes, Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB), como membros de partidos e de grupos políticos que não têm o mesmo compromisso com estes valores. Um possível resultado, favorável a ela, mas negativo para a democracia, é a desconfiança generalizada na classe política. A confiança depositada num político adviria, ironicamente, do fato de ele não evidenciar (ou, em casos extremos, até mesmo negar) seu pertencimento ao campo da política – pelo menos no seu sentido pejorativo. Neste contexto de centralidade das imagens públicas, é inevitável que a mídia se coloque como um ator político de peso – o que, vale reiterar, não quer dizer que a política se submeta completamente à sua lógica de funcionamento.

Mídia, desconfiança e percepção da corrupção

Casos de corrupção são exibidos aos montes na mídia, tanto impressa quanto eletrônica. Imagens registradas com câmeras escondidas e gravações de conversas telefônicas colocam lideranças políticas em situações no mínimo embaraçosas e, em última análise, inviabilizam a continuidade de suas carreiras. Nesta seção, pretendemos refletir sobre causas e efeitos da divulgação midiática de episódios que se convertem, então, em escândalos de corrupção. A desconfiança na classe política – e, de modo mais amplo, os baixos níveis de confiança interpessoal – acaba sendo reforçada pelos escândalos, nos quais mudam somente os personagens.

Alguns achados, como os apresentados por Casas e Rojas (2004), sugerem que, quanto maior a percepção de corrupção, dada sua exposição na mídia, menor é a confiança nas instituições, incluindo os partidos políticos. O poder dos meios em promoverem casos é citado nos trabalhos de Canel e Sanders (2003), quando argumentam que uma das fontes de

poder da imprensa é a habilidade para construir narrativas fortes, que enfocam incidentes de forma memorável e apontam para significados mais extensos. Este poder constitui a chamada função de “agenda setting” dos meios de comunicação social (McCombs & Shaw, 1972), que reside precisamente na capacidade que possui para conferir visibilidade a problemas sociais que, de outra forma, dificilmente chegariam ao conhecimento do público, nesse sentido a notícia é resultado da leitura efetuada pelo autor sobre a realidade que lhe é dada a observar e que pretende mostrar.

Retomando o foco da corrupção, os efeitos deletérios que a visibilidade midiática garante sobre os acontecimentos que envolvem práticas corruptas podem ser entendidos como a deterioração da confiança, tanto nas instituições políticas como na própria mídia. A partir da exposição dos escândalos de corrupção, e considerando a expectativa dos cidadãos quanto à segurança jurídica, eficácia e aplicabilidade das leis, conforme estabelecido no Estado Democrático de Direito, os fundamentos do sistema político podem ser mal compreendidos segundo o “modo de produção” e difusão das mídias, possíveis protagonistas de uma ação intencionada à mescla entre verdades e mentiras e descontextualização de notícias e acontecimentos. Se o fato torna-se recorrente, poderíamos questionar a percepção dos cidadãos quanto à legitimidade das ações institucionais e midiáticas. Nesse sentido, a opinião pública pode se aprofundar em descrédito quanto ao sistema político, sem poupar a atuação da própria mídia do mesmo julgamento. O efeito da desconfiança institucional se dá no momento em que reforça a cultura de personalização das relações políticas, sobrepondo lideranças individuais às instituições de representação, ou descaracterizando formas tradicionais de representação. De modo adicional e complementar, quando a opinião pública percebe que a mediação entre instituições e sociedade é corrompida, a legitimidade do sistema político, ou do regime democrático, pode aprofundar-se ainda mais em descrédito (SELIGSON, 2002, *apud* RENNÓ *et al*, 2011).

Power e Jamison (2005) evidenciam que a desconfiança dos cidadãos brasileiros – e, num contexto mais amplo, latino-americanos – não tem como alvo apenas os políticos, mas se dá de maneira bem mais generalizada. Ao apresentar dados que indicam que a confiança interpessoal é ainda menor que aquela depositada em instituições tão desacreditadas quanto os partidos e o Congresso Nacional, os autores demonstram que, para além do alarmismo quanto aos possíveis impactos da desconfiança em políticos e instituições sobre os regimes democráticos, é possível encarar esta situação como reflexo de um quadro mais amplo e não como indicativo de que as democracias em que políticos e instituições não são vistas com confiança estão fadadas ao fracasso. Ademais, o declínio da confiança em instituições e em

políticos não é específica da América Latina, mas representa um fenômeno de dimensões globais.

Por outro lado, isso não quer dizer que esteja “tudo bem” (POWER & JAMISON, 2005, p. 66) por aqui. Por mais que o retorno a um regime autoritário não pareça uma ameaça real no contexto em que vivemos, é preciso considerar o seguinte: se, para as democracias consolidadas, o impacto da redução da confiança dos cidadãos em instituições democráticas não abala a manutenção dos regimes democráticos em virtude do estoque de legitimidade, qual o efeito deste declínio em sociedades que não contam com o mesmo reservatório de legitimidade em relação à democracia? Para onde os latino-americanos tendem a “correr” diante do descrédito que demonstram em referência a partidos e outras instituições de representação? Seria o desencanto um resultado inevitável deste cenário? Quais os desdobramentos práticos da desconfiança nas novas democracias?

Privilegiando o estudo do contexto em que se constituem as democracias da América Latina, Power e Jamison (2005) buscam apontar as principais causas e consequências dos baixos índices de confiança. Como causas, temos o fraco desempenho econômico (sobretudo na incapacidade de reduzir as desigualdades), corrupção e uso instrumental das instituições políticas. Destas, destacamos a última, por ter o potencial de afetar de maneira que nos parece mais acentuada a credibilidade tanto dos políticos quanto das instituições. Casos de corrupção podem ter um impacto sobre a reputação dos políticos (não apenas dos envolvidos nos escândalos), mas, daí a gerarem desconfiança nas instituições, existe um caminho que passa pela sensação de impunidade diante dos episódios. A percepção de que os governantes tratam as leis e instituições da democracia com descaso ou de modo a atender a interesses particulares põe em dúvida não apenas o caráter destes políticos, mas a confiabilidade nas instituições que eles modificam a seu serviço e, no limite, da classe política como um todo. “Constituições e leis são vistas como inconveniências, em vez de limites institucionais à política. O resultado final é que os políticos são percebidos como governando para eles mesmos, não para o povo” (POWER & JAMISON, 2005, p. 81).

Quanto às consequências da desconfiança política, a principal delas, ainda de acordo com Power e Jamison (2005), é a dispensabilidade dos políticos. Esta, por sua vez, pode gerar um fenômeno bastante interessante e que se verifica em inúmeros processos eleitorais no Brasil: “na tentativa de escapar da identificação com a classe política, com os partidos tradicionais ou com rótulos ideológicos, muitos políticos escolhem atacar as instituições de representação (POWER & JAMISON, 2005, p. 85).

Neste contexto de desconfiança em pessoas e em instituições, é fundamental refletirmos acerca da postura dos cidadãos diante das possibilidades cotidianas de praticarem atos de corrupção. Quando se trata dos políticos, a condenação a práticas de mau uso ou desvio de recursos públicos é corrente, bem como a crença de que a maioria dos ocupantes de cargos públicos teriam a mesma atitude diante de oportunidades de obterem benefícios pessoais em detrimento do interesse público. Mas, quando se trata de “pequenas” atitudes do dia a dia, os brasileiros as entendem como corrupção? São igualmente intolerantes a estes desvios de menor porte e cometidos por cidadãos comuns ou, ao contrário, encontram justificativas para tais atos?

Além das questões anteriormente colocadas, o cenário de desconfiança generalizada decorre do senso comum de que “o brasileiro comum tem um caráter duvidoso e que, a princípio, não se nega a levar algum tipo de vantagem no âmbito das relações sociais ordinárias” (FILGUEIRAS, 2009, p. 387). Buscando rechaçar este pressuposto, o autor defende que atos de corrupção não se devem a desvios de caráter inerentes aos brasileiros, mas à existência de regras informais que distinguem as práticas de corrupção “toleráveis” daquelas inaceitáveis. Tal distinção reside no que ele classifica como uma “antinomia entre o mundo moral e o mundo da prática”, ou seja, o paradoxo entre as leis morais – que não deixam espaço para a aceitação a atos corruptos – e o funcionamento prático das instituições e das interações sociais, onde a corrupção ocorre e, até certo ponto, é tolerada.

Isso leva à constatação de que não podem ser considerados somente elementos de ordem institucional para a análise da percepção e tolerância à corrupção no país. A cultura política também precisa ser tida em conta para que se compreenda, entre outros exemplos possíveis, a antinomia presente no fato de um mesmo indivíduo condenar veementemente a desonestidade dos políticos e considerar aceitável vender seu voto, sonegar impostos ou tentar subornar um guarda de trânsito para evitar uma multa. O envolvimento de elementos da cultura política na discussão acerca da corrupção complexifica a discussão e torna ainda mais difícil a implementação de soluções eficazes e de curto prazo para o cenário detectado no Brasil.

A tolerância à corrupção não é um desvio de caráter do brasileiro, uma propensão e culto à imoralidade, nem mesmo uma situação de cordialidade, mas uma disposição prática nascida de uma cultura em que as preferências estão circunscritas a um contexto de necessidades, representando uma estratégia de sobrevivência que ocorre pela questão material [...]. Isso implica que a corrupção represente um desafio à democratização brasileira, não no plano formal, mas no plano da cultura política. Não se pode dizer, portanto, que o brasileiro típico represente um caso de ausência de virtudes. As democracias não podem confiar apenas nas virtudes dos cidadãos,

uma vez que é fundamental pensar a efetividade das leis. As virtudes são necessárias, mas não representam uma condição suficiente para manter o funcionamento da democracia. É necessário pensar, porém, no caso brasileiro, um processo de democratização no plano da sociabilidade e da cultura, tendo como horizonte uma democracia que não se resuma a seus ritos formais, mas que seja capaz de garantir a adesão do cidadão comum às instituições democráticas, tendo em vista a efetividade da lei e mecanismos democráticos de controle da corrupção (FILGUEIRAS, 2009, p. 417).

Considerando o contexto brasileiro, é válido afirmar que a corrupção cometida por agentes políticos chega aos cidadãos, em grande medida, através das notícias veiculadas nos meios de comunicação. Por isso mesmo, alguns governantes defendem que não houve o crescimento da corrupção nas últimas décadas, mas sim o aumento da divulgação dos episódios e de sua exploração midiática. A este respeito, é interessante observarmos, mesmo sem o embasamento de dados conclusivos, que casos em que pessoas comuns demonstram honestidade – ao devolverem grandes quantias em dinheiro encontradas na rua, por exemplo – ganham destaque em noticiários, como se o pressuposto fosse de que os indivíduos não têm a mesma obrigação de serem honestos no âmbito privado. Ao contrário, a expectativa de que figuras públicas pautem suas ações sobre valores como a sinceridade e a integridade é reforçada pela ampla disseminação de casos em que estes princípios são desconsiderados. Como um dos critérios de noticiabilidade é a ocorrência do inesperado ou a ruptura da normalidade (TRAQUINA, 2005), é possível inferir que se espera dos agentes públicos que se norteiem por rigorosos preceitos morais, embora se admita uma certa inclinação “natural” dos indivíduos à desonestidade – o que eles colocariam em vigor na vida privada. Estes limites entre público e privado se tornam ainda mais tênues e confusos se considerarmos a grande visibilidade dada pela mídia à vida pessoal de figuras públicas, conforme apontamos em outra seção deste mesmo artigo.

Abordamos, até o momento, as possíveis causas da percepção e tolerância à corrupção, bem como a principal consequência da ocorrência destes dois fenômenos: a desconfiança interpessoal e nas instituições representativas. Porém, é oportuno colocarmos a seguinte questão: os brasileiros intolerantes à corrupção e aqueles que notam sua incidência são a maioria ou falamos aqui sobre um grupo de pequena expressão?

Em comparação a outros países, a percepção da corrupção pelo “brasileiro médio” está em um patamar parecido com o constatado entre cidadãos de países como Estados Unidos e Canadá, nos quais imaginamos que seja menor a incidência deste problema (RENNÓ *et al*, 2011, p. 66). Isso nos leva a outra forma de mensuração, complementar à

percepção, que indique uma “taxa de corrupção” mais aproximada da realidade: trata-se da vitimização por corrupção.

Diferentemente da percepção, o índice de vitimização por corrupção – construído a partir de variáveis que envolvem o pagamento de propina para a obtenção ou agilização de serviços públicos ou o recebimento de ofertas de propina – aproxima o Brasil de países que passaram por crises democráticas recentemente, como Equador e Venezuela. O que aproxima as duas formas de investigação do problema da corrupção são os efeitos: Rennó et al (2001, p. 89-90) constataram que tanto a vitimização quanto a percepção afetam negativamente a crença na aplicação universal das leis e na capacidade de punição do sistema judiciário. Quando a sensação de impunidade está presente, abre-se caminho para a prática da corrupção – e a simples pressuposição de que os demais indivíduos pensarão da mesma forma torna evidente a tendência de reforço da desconfiança interpessoal. Voltamos, então, ao cenário inicialmente desenhado – se não um pouco pior.

Comportamento eleitoral e fontes de informação política

Segundo Telles *et al* (2009), a corrente de pensamento conhecida como “sociologia eleitoral” atribui ao contexto social no qual se inserem os indivíduos uma influência maior sobre a decisão do voto do que as campanhas eleitorais. Fatores como escolaridade, posição social, religião e gênero seriam, portanto, elementos que ajudariam o eleitor a “filtrar” seus interesses e escolhas políticos. Nessa perspectiva, a exposição a informações políticas oriundas dos meios de comunicação seria útil para ativar interesses e preferências latentes ou para reforçar posições previamente adotadas e, por conseguinte, rejeitar informações contrárias.

Para os autores expoentes desta perspectiva, entre os quais se destaca Paul Lazarsfeld (*apud* Mundim, 2010), a mídia afeta os eleitores de maneira indireta e mediada pelos líderes de opinião, que são “pessoas próximas, como parentes, amigos e colegas de trabalho, ou companheiros de grupos sociais a que os indivíduos já estavam ligados” (MUNDIM, 2010, p. 344). Está claro, pois, que os contatos interpessoais são tidos como mais importantes que o contato direto com os conteúdos midiáticos. Em contrapartida, não se pode ignorar que os meios de comunicação atuam como relevantes fontes de informações e argumentos, que alimentam exatamente estas interações sociais.

Por seu turno, a corrente psicológica de explicação do voto, também conhecida como Escola de Michigan, não atribui importância aos meios de comunicação na decisão do voto,

tendo em vista que a maior parte dos indivíduos não se interessaria em obter informações políticas. Para os adeptos dessa teoria, a minoria interessada em política já possui alguma identificação partidária e procura apenas embasamento para reforçar suas preferências. O foco destes estudiosos reside nos valores transmitidos ao longo do processo de socialização dos indivíduos.

Os eleitores voláteis seriam os mais vulneráveis a sofrer alguma influência de curto prazo, oriunda de acontecimentos que fossem colocados em pauta pela mídia. Todavia, é justamente este o perfil do eleitor que menos se interessa em obter informações políticas. Os mais interessados em assuntos de cunho político seriam, na situação inversa, os menos influenciáveis, por já disporem de opiniões formadas e forte identidade partidária (MUNDIM, 2010).

Tendo como principal autor o economista Anthony Downs, a teoria da escolha racional parte do pressuposto de que vivemos em um mundo de incertezas e informações incompletas e, diante da impossibilidade de sermos plenamente informados, decidimos ser “racionalmente ignorantes” e obter informações disponíveis com o menor custo possível. Os conteúdos que assimilamos servem ao propósito de embasar nossas escolhas pelos candidatos que, aparentemente, nos trarão os maiores benefícios. Portanto, “para Downs, a identificação partidária e o comportamento eleitoral seriam derivados da expectativa de maximização de utilidade por parte do eleitor” (TELLES *et al*, 2009, p. 93).

Os indivíduos avaliam, no momento do voto, se a economia vai bem para eles, o que pode ser percebido através do cotidiano. Assim, se o governo atual trouxe bons resultados na sua vida prática, o eleitor tende a votar para manter aquele candidato/ partido no poder. Se, ao contrário, a situação não é favorável, a tendência é de que os opositores saiam vitoriosos do pleito. Essa análise combina passado (voto retrospectivo) e futuro (voto prospectivo, que se refere às expectativas que aquele candidato oferece ao eleitorado, com base no passado e no presente).

Da mesma maneira que os eleitores buscam maximizar a utilidade do voto, os partidos políticos têm como objetivo principal, ainda de acordo com Downs (1957, *apud* Telles *et al*, 2009), obter a maior quantidade possível de votos, de modo a legitimar o poder e levar prestígio aos representantes eleitos. Ao contrário das demais teorias, a da escolha racional permite que seja atribuído um papel mais relevante aos meios de comunicação, já que eles fornecem aos eleitores uma variedade de informações políticas, muitas vezes a baixo custo e de maneira cômoda. Nesse contexto, fatores conjunturais – entre os quais se destaca a campanha eleitoral – adquirem papel de destaque na escolha dos candidatos. Afinal,

indivíduos abertos a novas informações são alvos potenciais dos instrumentos de persuasão inerentes às peças de campanha.

Os efeitos da mídia estão, portanto, justamente no fato de que, ao refletirem sobre os problemas nacionais, os eleitores formam impressões dos candidatos, principalmente e de maneira mais regular, a partir dos ‘meios de comunicação de massa, especialmente a televisão e a imprensa escrita’, que funcionam como um intermediário entre os candidatos, seus representantes e eventos de campanha e o público (MUNDIM, 2010, p. 358).

Cabe destacar que, nas campanhas brasileiras atuais, principalmente para cargos majoritários, os partidos aparecem cada vez menos. A campanha geralmente se concentra nas figuras do candidato, quando ele tem capital político acumulado, e dos apoiadores, como pudemos observar ao longo de toda a campanha televisiva das eleições presidenciais de 2010. Manin (1995) observa que a tendência na democracia de público é, assim como no parlamentarismo, do voto em uma pessoa, não em um partido, embora as siglas continuem existindo. Os atributos dos candidatos são exibidos nos meios de comunicação, o que “aproxima” novamente estes candidatos do eleitorado. Nesse contexto, tende a ganhar mais votos o candidato que souber trabalhar melhor sua imagem na mídia.

A midiáticação das campanhas eleitorais é apenas um dos componentes da complexificação da vida social como um todo (RIBEIRO, 2004). Não se pode esquecer o papel destacado dos noticiários e programas televisivos não relacionados ao HGPE. Para conquistarem visibilidade e legitimidade, os candidatos precisam aparecer não apenas em seus programas do horário eleitoral, mas em espaços já conhecidos (e cuja credibilidade já é reconhecida) pelo público.

A centralidade da televisão na campanha não se resume, assim, ao caráter referencial assumido pelos programas do horário gratuito de propaganda eleitoral em relação aos demais formatos de comunicação política. O papel central desempenhado pelos media na sociedade acaba, ao fim e ao cabo, por fazer com que toda a campanha estruture-se ao redor dessa arena midiática central, com a participação dos candidatos em debates, programas populares e de entrevistas, com a influência da agenda temática dos media sobre a agenda temática de candidatos e partidos e com a necessidade de fabricação de fatos que sejam positivamente noticiáveis pela cobertura dos meios de massa (RIBEIRO, 2004, pp. 38-39).

Em outras palavras, os esforços de campanha não se limitam à confecção de boas peças para o HGPE, mas, também, à produção de eventos de campanha noticiáveis. Isso porque, “se os candidatos dispõem de mais tempo na televisão, maior o volume de informações que poderão apresentar para o eleitor e mais sofisticados podem ser os argumentos de persuasão” (TELLES *et al*, 2009, p. 98).

As campanhas eleitorais de 2012 em Belo Horizonte

Se os escândalos de corrupção têm presença garantida nos noticiários e são pauta constante dos grandes veículos de comunicação no Brasil, não se pode dizer que este tema tenha recebido a mesma atenção das campanhas eleitorais de 2012 em Belo Horizonte. Apesar do julgamento dos réus do mensalão, ocorrido durante o processo eleitoral deste ano, nem este nem outro episódio referente a corrupção foi tratado nas campanhas oficiais televisivas dos dois principais candidatos da capital mineira, Marcio Lacerda (PSB) e Patrus Ananias (PT).

O foco dos dois candidatos foi na apresentação das respectivas trajetórias políticas e realizações durante seus mandatos como prefeitos. Entre os temas mais tratados, sobretudo por Lacerda, está a saúde, que era a principal preocupação dos belo-horizontinos à época do processo eleitoral. E, embora não tenha abandonado a apresentação de projetos para um eventual governo, Patrus Ananias concentrou-se em criticar duramente o adversário. Esta estratégia não parecia a mais adequada ao contexto, tendo em vista a boa avaliação do mandatário pelo eleitorado da capital mineira – Lacerda era o prefeito mais bem avaliado entre as maiores capitais do país. O que também parece ter contribuído para seu sucesso nas urnas foi a tática de responder aos ataques – embora não de diretamente, mas de maneira rápida, objetiva e pragmática, no seu próprio espaço de campanha. Por ocupar a dianteira nas pesquisas de intenção de voto, Lacerda pode se ocupar mais de propostas e realizações, apelando ao pragmatismo do eleitorado. Por não poder se colocar como o postulante da continuidade, Patrus investiu nos apoiadores Lula e Dilma Rousseff e no seu “caso de amor” com Belo Horizonte. Ele até buscou exaltar suas qualidades como gestor, mas esta imagem de “gerente eficiente” já estava muito mais associada a Lacerda. Em suma, quem forneceu mais informações que reduzissem o grau de incerteza dos eleitores, em virtude de sua posição privilegiada, foi o atual mandatário (TELLES & LOPES, 2013).

Já no ambiente online, onde os emissores são muitos (nem todos identificados), os conteúdos das postagens costumam ser mais negativos e satíricos do que elogiosos e os controles da legislação são bem menos efetivos, o leque de assuntos tratados inclui, certamente, menções à corrupção e a assuntos convenientemente ignorados pelos postulantes em seus espaços oficiais de campanha. Obviamente, não podemos considerar para esta análise somente as páginas oficiais dos candidatos, visto que estas, sim, estão sujeitas a uma

fiscalização mais fácil e às possíveis penalidades decorrentes da aplicação da legislação eleitoral.

Um vídeo que circulou durante a campanha de 2008, no qual o candidato Lacerda era vinculado ao mensalão num suposto depoimento do publicitário Marcos Valério (um dos personagens centrais do escândalo), voltou a ser acessado e compartilhado na *web*². Naquela campanha, o candidato precisou se defender das acusações em seu horário eleitoral, ao contrário do que ocorreu em 2012 – momento em que a discussão sobre a participação do candidato à reeleição neste episódio tinha um volume consideravelmente menor que na disputa anterior. Por ser o candidato do PT, legenda de onde veio a maior parte dos envolvidos no mensalão, Patrus Ananias foi associado por alguns usuários da internet a este escândalo. O foco dos vídeos mais assistidos no site YouTube a este respeito recai sobre a amizade e o vínculo político de Patrus com o ex-ministro José Dirceu, um dos petistas condenados no julgamento do mensalão³. No entanto, esta associação entre o candidato do PT e o mensalão era fraca e indireta o suficiente para também não precisar ser respondida em sua campanha televisiva. Tudo o que Patrus se limitou a declarar a respeito de uso dos recursos públicos é que, durante o tempo em que foi ministro de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (de 2004 a 2010), não houve nenhuma suspeita de corrupção.

A diferença entre as campanhas online e off-line dos dois principais postulantes à prefeitura de Belo Horizonte em 2012 é ilustrada por um conteúdo não relacionado ao mensalão. Trata-se do vídeo em que Délio Malheiros (PV), candidato a vice na chapa de Lacerda, faz duras críticas ao candidato à reeleição e afirma que estaria contra ele em qualquer ocasião. O então oponente (que inclusive havia registrado no TRE a candidatura própria à prefeitura) acusava Lacerda de realizar obras eleitoreiras e atacava suas ações na gestão municipal. O vídeo foi gravado apenas cinco dias antes do anúncio de Malheiros na chapa de Marcio Lacerda, mas somente foi disseminado na última semana de campanha – e quase exclusivamente na internet, onde repercutiu amplamente. Na televisão, foram exibidos trechos do vídeo no horário eleitoral da candidata Vanessa Portugal (PSTU) e, no último dia de HGPE, no espaço destinado aos candidatos a vereador do PT. O pouco espaço dado ao conteúdo na televisão não foi compensado pela popularidade que o vídeo alcançou na internet, e a disputa pela prefeitura terminou com a vitória de Lacerda ainda no primeiro turno.

² Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=qXVy4RzI7wc>>. Acesso em 31 ago 2013.

³ Vídeo disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=g9AILGGycYc>>. Acesso em 31 ago 2013.

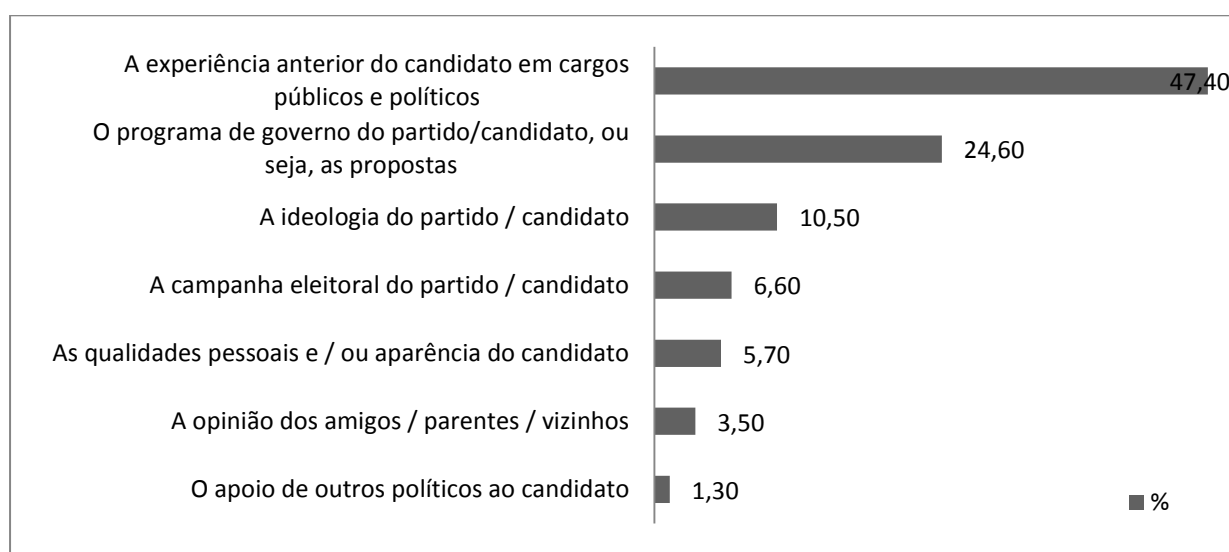
Decisão do voto para prefeito de Belo Horizonte em 2012

Visitando a perspectiva de racionalidade dos agentes, no sentido de escolherem conforme a possibilidade de ganhos futuros, a escolha do representante responsabiliza o político em aumentar a satisfação dos eleitores, expressa materialmente em rendas. Esse tipo de abordagem pressupõe que o eleitorado possui informação para processar dois procedimentos cognitivos, o primeiro de carga retrospectiva e o seguinte, prospectiva. Ambos os fatores compõem a equação dos ganhos esperados no próximo governo em relação aos benefícios que possui atualmente.

Nesta arena o processo de decisão passa a ser amparado pela proposição de que, ao avaliar o desempenho gerencial e econômico, os eleitores estariam utilizando informação passada para aumentarem as chances de alcance de suas expectativas futuras, ou seja, quais benefícios a escolha da nova administração traria dado seu desempenho anterior. Pode-se tratar esse comportamento conforme é feito na abordagem sugerida por Fiorina(1981), baseada no modelo de Downs (1957) em que o voto retrospectivo representa uma etapa do prospectivo. Ao avaliar o aumento na satisfação que a administração passada proporcionou, o indivíduo estaria considerando apenas os resultados das políticas implementadas pelo governante, e não os meios políticos empregados. Ao contrário, no voto prospectivo é necessário julgar as propostas dos candidatos para então decidir em qual deles votar.

Daremos atenção preponderante à carga retrospectiva, pois demanda menos informação por parte do eleitor se comparada às análises prospectivas. Essa adequação deve-se ao fato de que o estudo se insere num contexto que predomina o perfil de um público desatento, com pouca informação sobre os candidatos e baixo interesse político, denominado também como eleitor mediano. Para Downs (1999) é mais provável que o eleitor racional, ao definir sua escolha, se baseie nos fatos atuais em detrimento dos futuros. Nossa base de dados fornece uma informação que corrobora com o argumento anterior. Quando questionamos aos entrevistados sobre as principais razões de voto para prefeito constatamos que a experiência anterior do candidato mostrou-se mais importante que as propostas dos mesmos.

Gráfico 1. Razão importante para decisão de voto para prefeito.



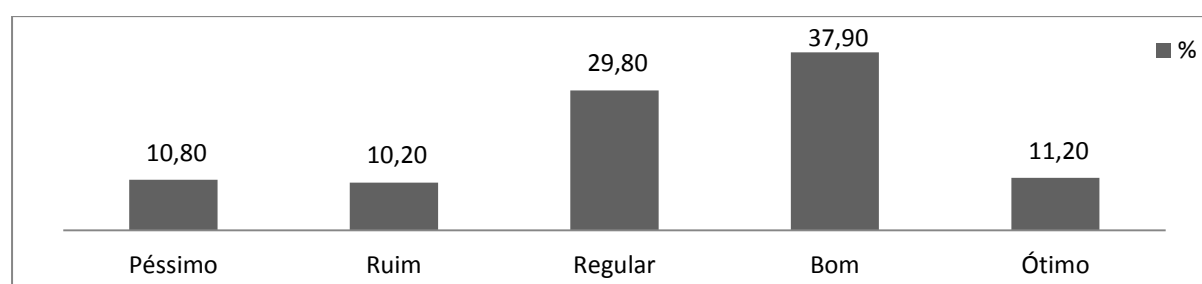
Fonte: Pesquisa Eleições Municipais 2012, Belo Horizonte - IPESPE. Base: 750

Em resumo, a experiência anterior do candidato ou as propostas de governo, principalmente tratando-se da possibilidade de reeleição de Márcio Lacerda, podem estar mais vinculadas à decisão de voto se comparadas à questão ideológica do político ou do partido que representa. Uma análise inicial do gráfico anterior faz-nos supor que o voto retrospectivo econômico teve mais peso sobre o resultado das eleições que o voto calcado em fatores ideológicos ou partidários. Um dado que corrobora para o argumento é o fato de que 21% dos entrevistados que declararam votar em Márcio Lacerda alegaram também preferência partidária pelo Partido dos Trabalhadores, sigla do então concorrente. O apoio político de outros partidos ao candidato teve expressão mínima (1,3%). “Qualidades pessoais e /ou aparência do candidato”, “A opinião dos amigos/ parentes/vizinhos” e “A campanha eleitoral do candidato” apresentaram menos importância. Notar ainda que, apesar da campanha política do partido ou candidato ser pouco significativa para decisão do voto, em uma pergunta sobre o momento de decisão da escolha do candidato, P.7, quase 20% dos entrevistados declararam decidir seu candidato durante a campanha eleitoral na TV ou rádio.

Segundo Telles, Lourenço, Storni (2009) as eleições e campanhas nas capitais e grande cidades brasileiras são realizadas mesclando práticas políticas mais tradicionais ao uso de técnicas sofisticadas de linguagem televisivas. No tocante às campanhas o partido tem sido posicionado marginalmente às estratégias de persuasão, sem muita importância no material de campanha. É possível observar, que o declínio do voto partidário e o crescimento do voto não ideológico é também uma realidade em diversos países.

Ao supormos a carga retrospectiva econômica que pôde ter influenciado no voto para prefeito destacamos duas variáveis pertinentes à análise. A primeira diz respeito à avaliação passada da administração de Márcio Lacerda (PSB) a segunda expressa o grau de satisfação com a economia do país. A precisão em mensurar efeitos sobre o voto municipal é mais característica da avaliação gerencial. De acordo com trabalhos de Fiorina (1981) e Kinder & Kiewit (1981), consideramos a avaliação econômica importante fator na decisão do voto, a partir do pressuposto de que os eleitores percebem indicadores econômicos básicos, oferta de emprego e inflação, como sinais de estabilidade ou não da economia, e, portanto, não podemos estender de forma clara tal avaliação para o âmbito municipal ou prever seu efeito sobre a decisão de voto no mesmo âmbito sem considerar um viés regional. Tanto assim, os diferenciais de resposta para as perguntas sobre avaliação da economia e da administração passada são significativos.

Gráfico 2. Avaliação da Administração do Prefeito Márcio Lacerda.



Fonte: Pesquisa Eleições Municipais 2012, Belo Horizonte - IPESPE. Base: 721

Tabela 1. Avaliação gerencial e desempenho da economia (escala de 1 a 5)

	Média	Desvio Padrão
Avaliação da administração do Prefeito Márcio Lacerda	3,28	1,113
Avaliação da situação Econômica do País	1,49	0,987

Fonte: Pesquisa Eleições Municipais 2012, Belo Horizonte - IPESPE. Base: 654

Em uma escala de 1 a 5, os respondentes consideram em média que a situação econômica está entre péssima ou ruim. De outra maneira, mas também em média os mesmo entrevistados determinaram a administração passada sendo regular ou boa.

A predileção pelo atalho cognitivo da retrospectão não exime a necessidade em considerar a sua multidimensionalidade. Entre outros fatores, que não os tradicionalmente estudados - avaliação da atuação passada dos políticos e o desempenho no gerenciamento da economia – deve-se considerar também aspectos que emergem de outras esferas de atuação

política, tais como a percepção de honestidade e probidade administrativa, solidariedade social entre outros avanços que não necessariamente representem valores materiais.

Quanto as dimensões não convencionais do voto retrospectivo destacamos a percepção da corrupção como fator que pode ser incluso ao cálculo do eleitor. A análise dos efeitos da corrupção sobre a decisão de voto importa para compreensão mais ampla sobre contabilidade democrática, sobre a necessidade ou capacidade dos eleitores em punirem seus representantes. Como expõe Holdbrook (1994), se uma administração passa a ser associada à corrupção e a escândalos, esse fator passa a ser caracterizador de seu desempenho passado e critério para o voto retrospectivo. Portanto mesmo que a avaliação do desempenho gerencial de determinado candidato seja positiva há de se ponderar o peso de casos ou escândalos de corrupção que foram expostos durante o governo. A impressão de recorrência de práticas corruptas pode minar outras dimensões retrospectivas. O trabalho de Rennó (2006) aponta que no contexto de eleição presidencial daquele ano os escândalos que envolviam o governo Lula não foram suficientes para impedir a reeleição do candidato, portanto outras dimensões retrospectivas de cunho econômico ou avaliações gerais do governo foram preponderantes na tomada de decisão dos eleitores.

Em Belo Horizonte, a amostra populacional de nossa base de dados exhibe que a percepção da corrupção em Belo Horizonte e o conhecimento de casos de corrupção nos últimos meses é alto.⁴

Tabela 2. Percepção da corrupção (%)

	Sim	Não
Conhece ou ouviu falar de algum caso de corrupção nos últimos meses	70,7	29,3
Percebe que a corrupção está presente em Belo Horizonte	83,3	16,7

Fonte: Pesquisa Eleições Municipais 2012, Belo Horizonte - IPESPE. Base: 625

O peso do fenômeno sobre a decisão de voto assenta-se na hipótese de que escândalos de corrupção possam ter prejudicado o desempenho dos candidatos ao se analisamos o resultado da eleição a partir das informações sobre percepção do problema pelos entrevistados, o nível de tolerância e posicionamento gerais dos eleitores quanto às práticas corruptas.

⁴ A diferença percentual entre a percepção e conhecimento de casos de corrupção pode parecer contraditória, contudo três motivos nos servem de esclarecimento. Primeiro, o distanciamento entre percepção de corrupção e conhecimento de casos, sendo a segunda situação mais condicionada à exposição de casos ou escândalos na mídia, já a percepção pode incluir a experiência efetiva do entrevistado com práticas corruptas. O segundo motivo seria conceitual e próprio da flexibilidade do termo corrupção, não concebido somente na esfera política, mas considerado recorrente também no cotidiano, no serviço público ou na justiça.

Uma particularidade das campanhas nesta eleição municipal nos induziu a atrelar variáveis sobre corrupção, especialmente aquelas que mensuram a percepção do problema, à variáveis de exposição à mídia. Pelo acompanhamento das campanhas constatamos que tanto Patrus quanto Márcio Lacerda utilizaram pouco do tempo disponível no HGPE, na televisão ou rádio, para atacar seus adversários a respeito do tema da corrupção. Já a internet foi amplamente utilizada para fins de ataque político entre os candidatos. Na mídia online foram expostos vídeos e notícias por parte de ambos os grupos na tentativa de desmoralizar seus adversários. Os candidatos mantiveram uma postura conservadora no HGPE pois, os ataques baseados na corrupção poderiam se voltar contra os próprios, uma vez que o vasto material disponível para acusações era suficiente para insinuar a participação de Patrus e Márcio em escândalos.

Os aspirantes à prefeitura preferiam então atacar seus adversários com base às administrações passadas. Esta constatação interessa-nos, pois revela o conhecimento por parte dos formuladores de campanha sobre a influência da avaliação retrospectiva na escolha do voto por parte do eleitor.

Modelo de decisão de voto

O objetivo desta sessão é identificar os aspectos que constituíram a decisão de voto do eleitor em Belo Horizonte. Na disputa eleitoral em questão, prevaleceu a vitória do candidato Márcio Lacerda, eleito prefeito com 52,69% dos votos, contra 40,80% dos votos em Patrus Ananias. Uma análise quantitativa do momento permite visualizar fatores que influenciaram na escolha dos eleitores. De maneira especial queremos observar as dimensões do voto retrospectivo sobre a decisão dos votantes, no que tange à avaliação da administração passada do candidato do PSB, a avaliação da economia e a percepção da recorrência da corrupção como possível forma de punir os políticos.

Propomos um modelo de regressão logística para descrever o efeito simultâneo de diversas variáveis consideradas explicativas sobre a decisão de voto. Pelos resultados, as análises das razões de vantagem permitem esclarecer o peso das variáveis escolhidas da corrupção na escolha do candidato. Utilizamos o modelo para identificar características associadas às motivações do voto para prefeito, bem como verificar a influência relativa de cada variável independente. Na regressão logística binomial, o resultado é a probabilidade de sucesso de um evento, no caso o voto em Márcio Lacerda ou Patrus Ananias. A variável explicada nesta situação é a intenção de voto para os candidatos municipais. Consideramos

apenas as respostas que declararam intenção de voto nos candidatos Márcio Lacerda ou Patrus Ananias, dado que o percentual desta questão para os demais candidatos não ultrapassou 8% da amostra. Foram construídos três modelos, o primeiro tendo como valor de referência o voto em Márcio Lacerda, comparado ao voto do candidato do PT, o segundo com valor de referência no voto em Patrus, comparado ao voto em Márcio Lacerda, e o último comparando as chances de risco para aqueles que anularam ou votaram em branco na eleição. Portanto a variável resposta é categórica e dicotômica.

Enfatizamos nestes modelos variáveis que representem fatores determinantes e que compõe o voto retrospectivo já mencionadas. Consideramos também na análise característica sócio-demográficas, o autoposicionamento ideológico e preferência partidária do eleitor, bem como a exposição à mídia e ao HGPE, para definir qual o perfil dos votantes e daqueles que votaram em nulo ou branco. Portanto, como representação da carga retrospectiva no voto do eleitor destacam-se as seguintes variáveis:

- 1) ITPC alto: referente ao índice de tolerância à corrupção, montado a partir de um bloco de perguntas que questionavam a posição do eleitor diante de atos considerados corruptos.
- 2) Percebe a Corrupção em BH: abordada nas sessões passadas, é uma medida de percepção direta sobre a percepção da recorrência de práticas corruptas na capital mineira.
- 3) Avaliação positiva da administração passada de Márcio Lacerda: principal carga da dimensão retrospectiva econômica do voto neste modelo.

Estendemos nossa possibilidade de captar o efeito do fenômeno da corrupção na decisão de voto ao incluir variáveis que posicionam o eleitor a respeito do tema. Intencionados a compreender características dos votantes criamos um índice de tolerância à corrupção. Questionamos aos entrevistados se concordam com o fato de que não importa que um político roube desde que faça algo, ou se votariam em um candidato envolvido em um caso de corrupção.

O Índice de Tolerância à Corrupção Política (ITCP) foi criado a partir de um bloco de perguntas que perguntava ao indivíduo qual seria sua atitude diante uma situação caso estivesse no lugar de um político. A opção de resposta é ordenada na escala de 1 a 4. Sendo o valor inferior correspondente à “nunca faria” e o último “sempre faria”. As questões escolhidas para compor o bloco estão no quadro abaixo.

Tabela 3. Perguntas bloco de corrupção

“Escolher familiares e/ou pessoas conhecidas para cargos de confiança.”
“Mudar de partido em troca de dinheiro ou cargo/emprego para familiares / pessoas conhecidas.”
“Aceitar convites de festas/eventos de empresas particulares que seriam beneficiadas pela aprovação de leis a serem votadas.”
“Aproveitar viagens oficiais para lazer próprio e de familiares.”
“Receber dinheiro de empresas privadas para fazer e/ou aprovar leis que as beneficiem”
“Usar caixa 2 em campanhas eleitorais.”
“Trocar o voto a favor do governo por um cargo para familiar ou amigo.”

Fonte: Pesquisa Eleições Municipais 2012, Belo Horizonte - IPESPE. Base: 750

Aplicamos às sete questões do bloco uma análise fatorial exploratória afim de investigar os padrões ou relações latentes para as sete variáveis escolhidas e determinar aquelas que apresentam características estatísticas desejáveis e comuns entre o bloco, ou seja, que estar medindo aspectos da mesma dimensão subjacente, no caso a tolerância à corrupção. A técnica exploratória consiste em observar uma a estrutura dos dados sem estabelecer restrições ou a estimação do número de componentes comum às variáveis. Esperamos encontrar um índice que não seja contaminado por variabilidade de erro. Feita a análise, dada à baixa comunalidade, optamos por retirar a primeira e terceira questões do bloco acima. Portanto as respostas sobre o posicionamento diante do tema nepotismo e da situação em de aceitar ou não convites para festas e eventos de empresas particulares que seriam beneficiadas pela aprovação de leis a serem votadas foram excluídas do índice.

O índice consiste basicamente em somar as respostas que devem estar compreendidas entre 1 a 4. O máximo e o mínimo de pontos obtidos são 20 e 4 respectivamente. Através de análise de cluster (agrupamento) extraímos dois grupos de característica similares.

Tabela 4. Índice de Tolerância à Corrupção

ITCP	
Intolerantes	84%
Tolerantes	16%

As variáveis independentes usadas na construção do modelo permitirão dimensionar o efeito de cada fator explicativo, além de avaliar as a razão de chances, ou razão de riscos relativos, expressos nos valores dos *odds ratio*, determinados pela função exponencial dos coeficientes estimados dos “betas”. As variáveis explicativas são aquelas que apresentem aspectos sócio demográficos dos entrevistados, preferência partidária e autoposicionamento ideológico, além de avaliação conjuntural, principais meios de informação sobre as eleições, posicionamento e exposição dos indivíduos ao tema da corrupção e razão de voto. Na Tabela 1 está exposta a descrição das respectivas variáveis independentes.

Tabela 5. Descrição das Variáveis

Variáveis independentes - <i>dummys</i>		
Variáveis	Descrição	Categoria
Mulher	Ser do sexo Femino	Masculino/Feminino
De 16 a 24 anos	Declarar ter entre 16 a 24 anos	24 a 60/16 a 24
De 24 a 40 anos	Declarar ter entre 24 a 40 anos	16 a 24, 41 a 60/24 a 40
De 41 a 60 anos	Declarar ter entre 41 a 60 anos	41 a 60/16 a 40
Ensino superior	Ter cursado ou estar cursando ensino superior ou pós-graduação	Médio/Supeior
Ensino médio	Ter cursado até o ensino médio	Superior/Médio
Renda até 2 SM	Declarar renda até 2 salários mínimos	Renda de 2 a 10 SM/Renda 2 SM
Renda entre 2 e 10 s.m	Declarar renda entre 2 e 10 salários mínimos	Renda de 2 SM/Renda 2 a 10 SM
PT	Declarar preferência partidária pelo PT	PSDB, PMDB, nenhum partido/PT
PSDB	Declarar prefeência partidária pelo PSDB	PT, PMDB, nenhum partido/PSDB
PMDB	Declarar preferência partidária pelo PMDB	PT, PSDB, nenhum partido/PMDB
Nenhum partido	Declarar não ter preferencia partidária	PT,PSDB, PMDB/Nenhum partido
Direita	Declarar autolocalização ideológica de Direita	Centro, Esquerda/Direita
Centro	Declarar autolocalização ideológica de Centro	Direita, Esquerda/ Centro
Esquerda	Declarar autolocalização ideológica de Esquerda	Centro, Direita/Esquerda
Principal meio - HGPE	HGPE como principal meio de informação para eleições	Internet,Jornais ou revistas/HGPE
Principal meio - Internet	Internet como principal meio de informações para eleições	HGPE, Jornais ou revistas/Internet
Principal meio - Jornais ou revistas	Jornais ou revistas como principal meio para informação sobre eleições	HGPE, Internet/Jornais ou revistas
Situação econômica boa ou ótima	Declarar que a situação econômica do país está boa ou ótima	Péssima,Ruim, Regular/Boa, Ótima
Aprovação da Administração de Márcio Lacerda	Avaliar a administração do ex-prefeito Márcio lacerda "Boa" ou "Ótima"	Péssima,Ruim, Regular/Boa, Ótima
Experiência do candidato	Declara ser experiência do candidato a principal razão de voto	Programa de governo/Experiência do candidato
Programa de governo	Declarar ser o programa de governo a principal razão do voto	Experiência do Candidato/Programa de Governo
Tolerância	Indivíduos clasificados como tolerantes	Intolerantes/Tolerantes
Rouba mas faz	Concordar com que não importa que o cadidato roube desde que faça algo	Não concorda/Concorda
Votar em candidato envolvido em caso de corrupção	Considerar votar em um candidato mesmo que ele estivesse envolvido em um caso de corrupção	Não votaria/Votaria
Ouviu falar de caso de corrupção	Ter ouvido falar de algum caso de corrupção nos últimos meses	Não ouviu sobre casos/Ouviu sobre

Tabela 6. Modelo Logístico

Variáveis		Categoria - <i>dummy</i>		Márcio Lacerda		Patrus Ananias		Branços e Nulos	
				Coef.	Odds Ratio	Coef.	Odds Ratio	Coef.	Odds Ratio
Gênero	Mulher	-0,26	0,16***	0,24	6,12***	-0,26	0,73		
Idade	De 16 a 24 anos	0,3	1,53*	-2,9	0,13*	-0,13	2,43		
	De 24 a 40 anos	0,36	1,51**	-0,36	0,28*	0,03	2,91		
	De 41 a 60 anos	0,3	2,66*	-0,3	0,17*	0,19	1,18		
Escolaridade	Ensino superior	-0,03	1,13	0,35	0,88	-0,24	0,53		
	Ensino médio	0,03	2,11	-0,32	0,49	-0,52	0,74		
Renda	Renda até 2 SM	-0,06	0,98	0,06	0,61	0,19	0,16		
	Renda entre 2 e 10 SM	0,03	1,56	-0,03	0,34	-0,24	0,06		
	Renda acima de 10 SM	0,08	2,66	-0,07	0,37	0,02	0,29		
Preferência Partidária	PT	-0,25	0,21***	0,25	4,78**	-0,13	0,93		
	PSDB	-0,07	2,53	0,07	0,95	0,01	0,48		
	PMDB	-0,31	0,15*	0,31	6,65*	0,08	0,18		
	Nenhum partido	0	2,13	-0,03	0,46	0,61	7,35**		
Autolocalização ideológica	Direita	0,31	2,59	-0,07	0,56	0,01	0,56		
	Centro	0,09	1,02	-0,1	0,31	0,08	0,47		
	Esquerda	-0,072	0,61	0,072	10,5	0,4	0,62		
Principal razão de voto	Experiência do candidato	0,07	2,21*	-0,78	0,45**	0,31	1,97		
	Programa de governo	0,1	2,62	-0,1	0,3	-0,1	0,49		
Avaliação da economia e da Administração de Márcio Lacerda	Situação econômica boa ou ótima	-0,05	0,59	0,05	1,62	0,33	2,22*		
	Aprovação da Administração de Márcio Lacerda	0,52	3,31***	-0,5	0,02***	-0,26	0,24*		
Principal meio de informações para eleições	Principal meio - HGPE	-0,03	0,83	0,03	1,12	0,5	2,78		
	Principal meio - Internet	-0,32	0,11**	0,34	8,12*	-0,04	0,11		
	Principal meio - Jornais ou revistas	0,44	1,15***	-0,44	0,01***	0,14	0,92		
Variáveis de corrupção	Tolerância	-0,02	0,86	0,02	1,16	-0,06	1,03		
	Rouba mas faz	-0,15	0,29*	0,15	3,34*	-0,18	1,02		
	Votar em candidato envolvido em caso de corrupção	0,31	0,77	0,03	1,28	-0,21	0,72		
	Ouviu falar de caso de corrupção	-0,5	0,61	0,05	1,63	0,08	3,06*		
	Percebe a corrupção	-0,02	0,72*	0,03	1,06*	-0,05	1,29		
Intercepto		0,38		0,61		0,56			
		Observações: 698 Chi² : 301,66 (sig.<0,001) Pseudo R² : 0,263		Observações: 698 Chi² : 305,45 (sig.<0,001) Pseudo R² : 0,278		Observações: 772 Chi² : 352,33 (sig.<0,001) Pseudo R² : 0,347			

A percepção da corrupção na gestão anterior favoreceu o candidato da oposição, porém não foi suficiente para sobrepor-se ao peso do voto retrospectivo econômico. Pela análise da regressão, a decisão do voto foi marcadamente mais pragmática ao considerar positiva tanto a gestão passada quanto situação econômica. As análises das chances de risco revelam que o voto em Patrus Ananias foi consideravelmente favorecido por um indicativo de alto interesse por política dos eleitores e principalmente pelo acesso à internet como meio de informações para eleições. Ao comparar os mesmos resultados para as chances de voto em Márcio Lacerda, a diferença é extrema. O acesso mídia online garante 7 vezes mais chances de voto para Patrus que outros veículos. A situação é quase inversa no caso de Lacerda, quando o acesso à internet possibilita chances mínima de voto. O atual prefeito de Belo Horizonte foi favorecido pela exposição dos eleitores ao HGPE durante a campanha eleitoral.

O espaço de propaganda eleitoral usado por Márcio foi marcado pela exaltação de sua administração passada. Paralelamente o candidato desferiu ataques à experiência de Patrus na prefeitura de Belo Horizonte no ano de 2004. Uma pesquisa realizada meses antes da do início da campanha apontava para o valor da experiência de um candidato em administrações passadas, bem como sua preocupação com problemas relacionados à saúde, como principais motivações dos eleitores em elegerem um candidato. Nesse sentido, a campanha do atual prefeito concedeu relativo peso ao discurso de continuidade do projeto de desenvolvimento para a capital.

A pauta da corrupção na decisão do voto para prefeito apresentou menos relevância que aspectos econômicos avaliações do governo no voto retrospectivo. O controle da corrupção pode não se manifestar na decisão do voto. Nesse sentido, a transparência e vinculação massiva de conteúdo sobre corrupção na mídia pode não implicar em efeitos no momento das eleições, pelo contrário pode ser danosa por ressaltar patologias institucionais, como o fenômeno da corrupção, em detrimento de virtudes. A excessiva visibilidade dado aos escândalos, sem nenhuma contrapartida de controle judicial e público não estatal, evidencia de maneira nociva as falhas das instituições representativas, o que pode implicar em na emergência de contextos de instabilidade política, uma cultura de baixa confiança institucional e a sensação de recorrência das práticas seguidas de impunidade.

A constatação passada pode ser corroborada pela observação das variáveis que mais interferem na decisão do eleitor que declarou votar em branco ou nulo. Elas relacionam-se com algum indicativo de descontentamento com o regime democrático desconfiança nas instituições democráticas. Nesse sentido a ausência de preferência partidária evidencia

grandes chances do eleitor em manter uma posição de “alheamento decisório eleitoral” ao votar em branco ou anular o voto. O mesmo acontece, porém com menos expressão, com a variável “percepção de corrupção”. Em Belo Horizonte, o percentual de abstenções das eleições de 2012 cresceu 12% em relação às eleições municipais de 2008. O percentual de eleitores que votaram em branco ou anularam seus votos chegou a quase 14% do total de votantes. A média estadual subiu de 14,2% em 2008 para 16,85% em 2012, e a nacional seguiu a mesma proporção, de 14,5% para 16,4%. Impressiona o número de eleitores que se abstiveram ou votaram em branco ou nulo para a escolha de um candidato que ocupasse uma das 41 cadeiras de vereadores na Câmara Municipal. No total foram 741.384 pessoas, o que corresponde a 40% do eleitorado da capital. Os dados demonstram sinais de distanciamento dos eleitores em relação ao Legislativo.

Considerações Finais

A decisão do voto nas eleições para prefeito de Belo Horizonte em 2012 provavelmente esteve mais relacionada com o voto retrospectivo, especialmente no tocante à avaliação positiva da administração passada do candidato Márcio Lacerda. Neste contexto, a campanha do candidato da continuidade esteve à vontade para enfatizar aspectos da capacidade de realização de Lacerda, bem como da aprovação recebida por ele à frente da prefeitura de Belo Horizonte. Da parte dos principais candidatos, tanto o HGPE quanto os spots e inserções em outras mídias exaltaram as realizações dos postulantes ou mitigaram a habilidade ou a experiência passada dos concorrentes (principalmente se mencionarmos Patrus Ananias, que, como vimos, investiu bastante em ataques ao oponente de maior relevo).

Os eleitores ficaram expostos a um conteúdo que contribuiu para constituição do voto retrospectivo baseado nas capacidades de administração de cada candidato, dado suas experiências passadas à frente da prefeitura. O eleitorado foi influenciado, ainda, por uma carga prospectiva que favoreceu o candidato eleito do PSB ao enaltecer o discurso de continuidade do projeto ou plano de governo já estabelecido em seu mandato anterior. Neste contexto, cabe destacar ainda os esforços de Patrus em enaltecer suas qualidades gerenciais, embora este não tenha sido o foco de sua campanha e num contexto em que a imagem de bom gestor já era marca registrada de Lacerda.

A mídia online foi utilizada para a promoção de ataques, que tentaram desmoralizar a atividade política dos principais incumbentes. Pelo modelo logístico, é possível dizer que Patrus obteve mais sucesso na campanha online, na medida em que é sua a maioria dos eleitores que declaram ter a internet como principal meio de informação para as eleições. De

modo contrário, Márcio Lacerda angariou mais votos daqueles que se informam por revistas ou jornais.

Apesar da exposição pelos meios de comunicação, a pauta da corrupção apresentou menos relevância na decisão do voto para prefeito, em comparação a aspectos econômicos e avaliações de administrações passadas. O controle da corrupção não se manifesta na decisão do voto. Nesse sentido, a transparência e a vinculação massiva de conteúdo sobre corrupção na mídia podem não acarretar efeitos no momento das eleições – pelo contrário, podem ser danosas, por ressaltarem patologias institucionais, como o fenômeno da corrupção, em detrimento de virtudes. A excessiva visibilidade dada aos escândalos, sem nenhuma contrapartida de controle judicial e público não estatal, evidencia de maneira nociva as falhas das instituições representativas, o que pode implicar a emergência de contextos de instabilidade política, uma cultura de baixa confiança institucional e a sensação de recorrência das práticas seguidas de impunidade. Forma-se, então, um círculo vicioso que, embora não seja o foco das campanhas eleitorais e não esteja no centro das preocupações do eleitor ao decidir seu voto, é difícil de ser rompido e causa transtornos ao funcionamento da democracia.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Rogério Bastos. Corrupção e instituições políticas: Uma análise conceitual e empírica. **Paper apresentado no 7º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política**, 2010.

CANEL, José Maria; SANDERS, Karen (2007). “El poder de los medios en los escándalos políticos” **La fuerza simbólica de La noticia icono**. 2007

CHAVERO, Palmira (2008). “La corrupción política en los medios de comunicación españoles: un estudio del caso Gürtel.” 2008

FILGUEIRAS, Fernando (2011). “Transparência e controle da Corrupção no Brasil.” In: **Corrupção e Sistema Político no Brasil** Rio de Janeiro 2011.

FILGUEIRAS, Fernando. Corrupção e cultura política: A percepção da corrupção no Brasil, In: TELLES, Helcimara; MORENO, Alejandro (Orgs.). **Opinião pública e comportamento político na América Latina**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

FILGUEIRAS, Fernando. **Corrupção, democracia e legitimidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

FILGUEIRAS, Fernando. A tolerância à corrupção no Brasil: uma antinomia entre normas morais e prática social. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 15, n. 2, nov. 2009, pp. 386-421.

_____. Sociedade civil e controle social da corrupção. *Em Debate*, Belo Horizonte, v.3, n. 4, dez. 2011, pp. 14-28.

FIORINA, M. *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale University Press, 1981.

GOMES, Marcelos Barros. Controle externo, In: AVRITZER, Leonardo, et all (Orgs.). **Corrupção: Ensaio e crítica**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

GOMES, Wilson. *Esfera pública política e comunicação em Direito e Democracia de Jürgen Habermas*. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. *Esfera pública política e comunicação em Mudança Estrutural da Esfera Pública de Jürgen Habermas*. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. *Capital social, democracia e televisão em Robert Putnam*. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HUNTINGTON, Samuel P. Modernização e corrupção, In: **A ordem política nas sociedades em mudança**. São Paulo: EDUSP; Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1975.

KINDER, R. e KIEWIT, D. "Sociotropic Politics: The American Case." **British Journal of Political Science**, vol.11, p.129-61, 1981.

KLINGEMANN, H. Mapping political support in the 1990s: a global analysis. In: NORRIS, P. (ed.). **Critical Citizens: global support for democratic government**. Oxford: Oxford University Press: 31-56, 1999.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. (1972) "The Agenda Setting Function of Mass Media." In **Public Opinion Quarterly**. – Vol 36(2)", University of Chicago Press.

MENEGUELLO, R. "O lugar da corrupção no mapa de referências dos brasileiros: aspectos da relação entre corrupção e democracia". In **Corrupção e Sistema Político no Brasil**, Rio de Janeiro 2007.

MOISÉS, J. A. **Os brasileiros e a democracia: bases sócio-políticas da legitimidade democrática**. São Paulo: Editora Ática, 1995.

_____, J. A. Cultura Política, Instituições e Democracia: lições da experiência brasileira. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, p. 11-43, 2008.

MUTZ, Diana. *Hearing the other side: deliberative versus participatory democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

PESQUISA realizada pela Profª Helcimara Telles em Belo Horizonte, entre os dias 28 a 30 de Setembro de 2012, com 803 entrevistados sobre percepção da corrupção.

POWER, T. J.; JAMISON, G. D. Desconfiança política na América Latina. *Opinião Pública*, Campinas, v.XI, n. 1, 2005, pp.64-93.

RENNÓ, Lúcio R. (2007) “*Escândalos e voto: as eleições presidenciais brasileiras de 2006*” in **OPINIÃO PÚBLICA, Campinas**, vol. 13, nº 2, Novembro, 2007, p.260-282

ROJAS, Hernando; CASAS, Diana Paola Medida (2006). “Comunicación y Ciudadanía: Percepciones de Corrupción y Confianza Institucional”. 2006

RENNÓ, Lucio; SMITH, Amy, LAYTON, Matthew; PEREIRA, Frederico. *Legitimidade e qualidade da democracia no Brasil: uma visão da cidadania*. São Paulo: Intermeios; Nashville: LAPOP, 2011.

TELLES, Helcimara de Souza; LOURENÇO, Luiz Cláudio; STORNI, Tiago Prata. *Partidos, campanhas e voto: como o eleitor decide nas municipais*. 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/fchf/article/view/6903/4958>>. Acesso em: 10 ago 2013.

TELLES, Helcimara; LOPES, Nayla. *Passado ou futuro? O duelo entre as realizações e propostas de Marcio Lacerda e Patrus Ananias na disputa pela prefeitura de Belo Horizonte em 2012*. In: PANKE, Luciana; CERVI, Emerson. *Eleições nas capitais brasileiras em 2012: um estudo sobre o HGPE em eleições municipais*. Curitiba, UFPR, 2013 (e-book).

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2005.

SHEA, Daniel M.(1999) “*All Scandal Politics is Local : Ethical Lapses, the Media, and Congressional Elections*”. in **The Havard International Journal of Press/Politics** 1999 4: 45

TRANSPARENCY INTERNATIONAL. Politics and governments. Disponível em: <http://www.transparency.org/topic/detail/politics_and_government>. Acesso em: 31 ago 2013.

Anexos

Testes Estatísticos

Considerando que o modelo escolhido segue às condições de regularidade trabalhamos com resultados assintóticos, uma vez que normalmente não é possível encontrar distribuições exatas para os estimadores. O método utilizado para estimar os parâmetros na regressão logística é o da Máxima Verossimilhança. Neste caso encontra-se o valor de β que maximiza $l(\beta)$. Conforme a teoria existem três estatísticas para testar hipóteses relacionadas aos parâmetros deduzidas de distribuições assintóticas: Razão de Verossimilhança, teste de Wald e Escore.

O primeiro é obtido por meio da comparação entre o modelo sob, $H_0: \beta = \beta_0$, e o irrestrito. A estatística do teste tem aproximadamente uma distribuição de qui-quadrado com número de graus de liberdade igual à diferença do número de parâmetros dos modelos que estão sendo comparados. O teste de razão de verossimilhança é considerado mais acurado que o de Wald. Em nosso trabalho o teste foi utilizado para selecionar apenas as variáveis que contribuíam para o ajustamento do modelo. Optamos por reduzi o modelo através do teste descartando as variáveis não significantes. As seguintes variáveis foram retiradas do modelo: Escolaridade (todos os níveis), Renda (todos os níveis), HGPE como principal meio de informação para eleições, Votaria em algum candidato envolvido em escândalo de corrupção.

Análise Fatorial das variáveis sobre corrupção

A análise fatorial procura produzir combinações lineares de variáveis que capturem o máximo possível a variância das variáveis observadas. A técnica analisa apenas a variância compartilhada.

Primeiramente verificado a adequabilidade da base de dados, neste caso o caráter contínuo das variáveis favorece o procedimento, assim como a razão entre o número de casos e a quantidade de variáveis é de 795/5, ou seja, 159, bastante satisfatório para a recomendação da literatura que determina uma razão de 5 para 1 (Hair et al. 2006). A matriz de correlação exhibe todos os coeficientes com valor acima de 0,30.

Correlations		ITCP_45	ITCP_47	ITCP_48	ITCP_49	ITCP_50
ITCP_45	Pearson Correlation	1	,493**	,375**	,416**	,523**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	784	777	781	775	779
ITCP_47	Pearson Correlation	,493**	1	,367**	,455**	,436**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	777	787	782	780	782
ITCP_48	Pearson Correlation	,375**	,367**	1	,603**	,528**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	781	782	789	779	783
ITCP_49	Pearson Correlation	,416**	,455**	,603**	1	,584**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	775	780	779	784	780
ITCP_50	Pearson Correlation	,523**	,436**	,528**	,584**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	779	782	783	780	788

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Quanto ao padrão de correlação entre as variáveis teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e a estatística Bartelett Test of Sphercity (BTS) apresentam valores satisfatórios. A literatura convencionou o valor do teste KMO entre 0,90 a 1 sendo excelente. Já a estatística (BTS) deve ser significativa para ($p < 0,05$) (Tabachnick e Fidell, 2007).

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,815
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1311,084
	df	10
	Sig.	,000

Clusters

A técnica é designada a procedimentos que podem capazes de classificar dados através das semelhanças e dissemelhanças entre eles, ou seja agrupar informações relativamente homogêneas. Dado um conjunto p de observações, no caso 795 respondentes do bloco de pergunta da corrupção, para os quais existe informações sobre a forma de p variáveis, o método agrupa indivíduos de modo que cada grupo tenham indivíduos tão semelhantes entre si quanto dissemelhantes do outro grupo.

Escolhemos dois grupos a serem considerados. Procedemos a divisão de todos os casos pelos dois grupos preestabelecidos . Pelo método Partitativo Iterativo denominado *k-means* no qual foi calculado as distâncias entre cada indivíduo e os centroides dos dois grupos. Os centros definidos para os dois grupos foram:

Final Cluster Centers

	Cluster	
	1	2
ITCP_45	3,19	1,18
ITCP_47	3,37	1,37
ITCP_48	2,11	1,11
ITCP_49	2,20	1,07
ITCP_50	2,48	1,11

Portanto o centroide do grupo dois está mais próximo do valor que representa intolerância às possíveis práticas corruptas expressas na pergunta. E podemos perceber que há uma repulsa maior para as situações hipotéticas das três ultimas perguntas (*ITCP_48*, *ITCP_49*, *ITCP_50*). O número de casos e em cada cluster ficou assim definido:

Number of Cases in each cluster

Cluster	1	126,000
	2	669,000
Valid		795,000
Missing		8,000