

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA POLÍTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA**

THIAGO DA SILVA SAMPAIO

**POPULARIDADE PRESIDENCIAL: ANÁLISE DOS
MICROFUNDAMENTOS DO SUPORTE PÚBLICO DA
PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF**

Belo Horizonte - MG

- 2014 -

Thiago da Silva Sampaio

**POPULARIDADE PRESIDENCIAL: ANÁLISE DOS
MICROFUNDAMENTOS DO SUPORTE PÚBLICO DA
PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Ciência Política, da Universidade Federal de Minas Gerais
como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em
Ciência Política.

Orientadora: Prof.^a. Dr.^a. Helcimara de Souza Telles

Co-orientador: Prof. Dr. José Antônio Guimarães Lavareda
Filho

Belo Horizonte

- 2014-



ATA DA DEFESA DE TESE DO ALUNO THIAGO DA SILVA SAMPAIO

Realizou-se, no dia 16 de dezembro de 2014, às 15:00 horas, na Sala 2094, da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, a defesa de tese, intitulada "*Popularidade presidencial: análise dos microfundamentos da avaliação da presidente Dilma Rousseff*", apresentada por THIAGO DA SILVA SAMPAIO, número de registro 2011664122, graduado no curso de CIÊNCIAS SOCIAIS, como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutor em CIÊNCIA POLÍTICA, à seguinte Comissão Examinadora: Profa Helcimara de Souza Telles - Orientadora (DCP/UFMG), Prof. Marcus Abílio Gomes Pereira (DCP/UFMG), Prof. Fernando de Barros Filgueiras (DCP/UFMG), Prof. Malco Braga Camargos (PUC MINAS), Profa Regina Helena Alves da Silva (HIS/UFMG)

A Comissão considerou a tese:

Aprovada

Reprovada

Finalizados os trabalhos, lavrei a presente ata que, lida e aprovada, vai assinada pelos membros da Comissão.

Belo Horizonte, 16 de dezembro de 2014.

Profa. Helcimara de Souza Telles - Orientadora _____
(DCP/UFMG)

Prof. Marcus Abílio Gomes Pereira _____
(DCP/UFMG)

Prof. Fernando de Barros Filgueiras _____
(DCP/UFMG)

Prof. Malco Braga Camargos _____
(PUC-MG)

Profa. Regina Helena Alves da Silva _____
(HIS/UFMG)

320
S192p
2014

Sampaio, Thiago

Popularidade presidencial [manuscrito] : análise dos
microfundamentos da avaliação da presidente Dilma Rousseff /
Thiago Sampaio. - 2014.

245 f.

Orientadora: Helcimara Telles.

Coorientador: Antonio Lavareda.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais,
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.

1. Rousseff, Dilma, 1947-. 2. Brasil – Presidente (2011- :
Dilma). 3. Ciência política – Teses. 4. Popularidade – Teses. I.
Telles, Helcimara de Souza. II. Lavareda, Antonio, 1951- . III.
Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Filosofia e
Ciências Humanas. IV. Título.

Agradecimentos

Essa tese não seria possível sem a valiosa contribuição de inúmeros professores e amigos. Em primeiro lugar, sou grato aos meus orientadores Mara Telles e Antônio Lavareda pelo tempo dedicado e sugestões preciosas. Agradeço Mathieu Turgeon e Pedro Neiva pelos comentários feitos na fase inicial desse trabalho que permitiram o amadurecimento de várias questões e o desenho metodológico. Quero agradecer ainda aos professores Bruno Pinheiro Wanderley Reis, Fernando Filgueiras, Marco Aurélio Prado e Cornelis Van Stralen pelas sugestões dadas durante a banca de qualificação e que de pronto foram incorporadas a tese.

As análises aqui realizadas só se tornaram possíveis com o apoio do Centro de Estudos de Opinião Pública – Cesop/ Unicamp. O Cesop foi essencial por ter me repassado as bases de dados do Ibope e Datafolha. Sem essa colaboração não teria acesso aos dados que responderam diversas questões dessa tese. Além disso, para que outra parte da análise fosse realizada foi essencial que a Secretaria de Comunicação da Presidência tornasse disponível o acesso as informações de *surveys* referentes ao governo.

Já aos colegas do Departamento de Ciência Política da UFMG e Universidade Federal do Pampa, o meu agradecimento por proporcionar um ambiente que tornou possível a construção desse trabalho. Gostaria de lembrar que os meus amigos Dênis Chaves, Fabiano Ishiy, Fernando Jorge Pereira, Iris Gomes, Robert Bonifácio, Roberto Guerra foram fundamentais para que essa trajetória fosse cumprida. Para finalizar, agradeço especialmente à minha família e, sobretudo, à minha noiva Maiara Lazarin pela compreensão e apoio sempre existente durante essa empreitada.

“The voice of the people is but an echo” (V. O. Key, 1966).

Resumo

A presente tese investiga os microfundamentos da avaliação presidencial, como eles se estruturam e se alteram ao longo do tempo. Nesse sentido, se distancia da ideia de que os eleitores são sujeitos cujas escolhas são regidas por critérios fixos e bem estabelecidos para defender que os cidadãos avaliam o presidente a partir de limitações sendo, em seus julgamentos, embalados por aspectos subjetivos direcionados pela cognição. Em resumo, a tese centraliza-se na relação existente entre a percepção e a predisposição do eleitorado com a popularidade do presidente. A hipótese central é de que os eleitores julgam os presidentes a partir da percepção que possuem sobre as medidas governamentais. Os indivíduos têm preferências e predisposições que direcionam a compreensão sobre como o governo está agindo. A partir disso, investigamos as dinâmicas do suporte público e, sobretudo, sua ligação com fatores como a expectativa sobre o mandatário, identificação partidária, faixa etária, escolaridade, confiança no presidente e ideologia. Entre as questões investigadas está a divergência entre os eleitores quanto ao foco e ao tempo da avaliação. O foco diz respeito a forma como as medidas do governante serão analisadas. Elas podem ser julgadas a partir do impacto sobre o bem-estar individual ou sobre como afetam o cotidiano de toda a população. Além disso, outro ponto que será discutido é se a análise sobre o mandatário se direciona por eventos do passado ou apenas por prognósticos. Como a avaliação é resposta a percepção dos sujeitos sobre as ações do governo, o incumbente cria estratégias para fortalecer o apoio público. Com isso, a mídia é um meio útil para disseminar a campanha permanente do governo e da oposição. Assim, investigamos qual o impacto da mídia na definição de quais questões são relevantes e na redefinição dos critérios utilizados pelos cidadãos no julgamento do desempenho do presidente. As questões foram respondidas a partir de dados provenientes de *surveys* nacionais como: Avaliação da presidente Dilma Rousseff após dois anos de governo – Datafolha 2012; Avaliação dos protestos de junho/2013 – Ibope e; Pesquisa brasileira de mídia – Secom/Ibope 2013.

Palavras-chave: cognição; suporte público; campanha permanente

Abstract

This thesis investigates the micro presidential evaluation, as it is structured and changes over time. In this sense, this work moves away from the idea that voters are subjects whose choices are governed by fixed and well established criteria to defend that citizens evaluate the president from being limited in their judgments, moved by subjective aspects targeted by cognition. In short, the thesis centers on the relationship between the perception and the electorate's predisposition with the president's popularity. The central hypothesis is that voters judge presidents from their perception on government measures. Individuals have preferences and predispositions that direct understanding of how the government is acting. The research aimed to investigate the dynamics of public support, and especially its connection with factors such as expectations about the governor, party identification, age, education, confidence in the president and ideology. Among the investigated issues is the divergence among voters about the focus and the evaluation time. The focus relates to how the governor's measures will be considered. They can be judged from the impact on individual well-being or how to affect the daily lives of the entire population. Also, another issue to be discussed is whether the analysis of the agent is directed by past events or just for prognosis. As evaluation is the answer to the perception of the subjects on the government's actions, the incumbent creates strategies to strengthen public support. To do so, the media is a worthwhile means to broadcast the permanent campaign of the government and the opposition. Thus, this research investigated what is the impact of media in defining what issues are relevant and in redefining the criteria used by citizens in their judgment of the president's performance. The questions were answered from data taken from national surveys, as President Dilma Rousseff's evaluation after two years of government - Datafolha 2012; Analysis from IBOPE of protests occurred on June 2013 and Brazilian media research institutes - Secom / IBOPE 2013.

Keywords: cognition; public support; permanent campaign

Sumário

Agradecimentos	5
Sumário.....	9
Introdução	13
Capítulo 1 A popularidade presidencial como mecanismo político	18
1.1. Hipótese recompensa-punição	23
1.2. Ciclo econômico-eleitoral	25
1.3. Tese da questão prioritária	31
Capítulo 2 A parte P e a Parte E: quais as questões que importam?	35
2.1. Função Voto-Popularidade	37
2.2. O efeito limitado da economia sobre a avaliação	40
Capítulo 3 Opinião Pública: como os eleitores formam a opinião sobre o desempenho do governo	50
3.1. Modelo sociológico.....	50
3.2. Modelo psicossocial: escola de Michigan.....	56
3.3. Teoria da escolha racional.....	59
3.4. Racionalidade limitada: a dimensão afeto-cognitiva do processo de escolha	62
3.4.1. Prospect theory: o papel do risco na avaliação do governo	78
3.4.1.1. Sistema 1 e Sistema 2: a estrutura do julgamento político	79
3.4.1.2. Avaliação pautada pela aversão ao risco	80
3.4.2. Processamento on-line e hot-cognition na avaliação do desempenho do governo	82
3.4.2.1 - Avaliação contínua: o modelo impression-driven.....	83
3.4.2.2 - A avaliação memory based.....	86
3.4.3. O papel da emoção na avaliação do governo	90
3.4.3.1. Emoção e Cognição: Appraisal Theories	97

Capítulo 4 Os diferentes tipos de análises do desempenho presidencial.....	104
4.1. Avaliação egotrópica (pocketbook): a centralidade no auto-interesse.....	106
4.2. Avaliação sociotrópica: a relevância das relações sociais	109
4.3. Avaliação prospectiva: o eleitor como banqueiro.....	113
4.4. Avaliação retrospectiva: a predominância do passado	118
Capítulo 5 Os ciclos da avaliação: honeymoon e hangover effect	135
5.1. Lua-de-mel: o efeito da expectativa.....	136
5.1.1. O efeito dos eventos na prolongação ou redução da “lua-de-mel”	141
5.1.2. Protestos de junho e a popularidade presidencial: o encontro da coalizão de minorias	146
5.2. Efeito ressaca: o efeito do custo de decidir.....	150
5.2.1. Cost of ruling e a percepção do eleitor.....	153
5.2.2. A popularidade e o período eleitoral	157
Capítulo 6 A mídia e a campanha permanente	162
6.1. O processo de atribuição de responsabilidade	167
6.2. Panorama da mídia no Brasil	175
6.3. A mídia e a avaliação do presidente: agenda setting, framing e priming	179
Considerações Finais	214
Bibliografia.....	221
Anexo 1 – Lista de variáveis	238
Anexo 2 – Teste de amostras independentes	242
Anexo 3 – Importância do governo	243
Anexo 4 – Escolaridade e exposição à mídia	245
Anexo 5 – Teste de amostra independente aprovação e exposição à mídia	246
Anexo 6 – Teste de amostra independente saúde como principal problema e exposição à mídia	247
Anexo 7 – Teste de amostra independente custo de vida como principal problema e exposição à mídia	248

Anexo 8 – Lista de viagens presidenciais ao exterior.....	249
---	-----

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Principais áreas onde o governo deve investir	46
Tabela 2 – Análise fatorial questões que impactam a avaliação	111
Tabela 3 – Coeficientes e erros-padrão estimados por modelos de mínimos quadrados ordinários para condicionantes que afetam o comportamento sociotrópico e egotrópico	112
Tabela 4 - Modelo multinomial dos condicionantes que afetam o tempo da avaliação	127
Tabela 5 – Correlação ideologia e simpatia partidária	131
Tabela 6 - Modelo multinomial dos condicionantes que afetam a avaliação presidencial	132
Tabela 7 - Principal motivo das manifestações	147
Tabela 8 - Apoio aos protestos e nota média da classe política.....	148
Tabela 9 - Correlação popularidade e intenção de voto (2002-2014)	158
Tabela 10 - Desvio-padrão da popularidade presidencial	160
Tabela 11 - Desvio-padrão da popularidade da presidente Dilma Rousseff	160
Tabela 12 – Principal meio de comunicação utilizado para se informar sobre o que acontece no Brasil.....	177
Tabela 13 - Coeficiente de correlação de Pearson entre confiança nos veículos de comunicação	187
Tabela 14 - Estatísticas descritivas confiança nos veículos de comunicação por avaliação do governo	189
Tabela 15 - Estatísticas de grupo exposição à mídia por avaliação do governo.....	191
Tabela 16 - Estatísticas de grupo exposição por percepção sobre o principal problema do país (saúde)	193
Tabela 17 – Assuntos ou notícias mais lembradas sobre o Governo Federal (12/2013)	195
Tabela 18 - Estatísticas de grupo exposição por percepção sobre o principal problema do país (custo de vida/ preços/ controle da inflação)	196
Tabela 19 – Condicionantes que afetam o interesse pelo Governo Federal.....	200
Tabela 20 - Estatísticas descritivas exposição à mídia por escolaridade (anos de estudo)	201

Lista de Figuras

Figura 1 - Sistema econômico-político	44
Figura 2 - Efeitos recursivos entre cognição e emoção (Scherer, pág. 567).	99
Figura 3 - Limites da oscilação da popularidade	139
Figura 4 - As múltiplas plataformas da presidente. Twitter, Facebook e Blog integrados	203
Figura 5 - Caixa: Minha Casa, Minha Vida (2014).....	211

Lista de Gráficos

Gráfico 1 – Evolução das receitas e gastos públicos (1997-2012).....	28
Gráfico 2 – Popularidade da presidente Dilma mar/11 a mar/14 (Ibope).....	143
Gráfico 3 - Expectativa acerca do desemprego mar/11 a jul/13 (Ibope)	144
Gráfico 4 – Taxa Média de desemprego no 1º Semestre, em% (IBGE).....	145
Gráfico 5 – Principais problemas do país por avaliação do governo	192
Gráfico 6 – Gastos do governo federal com publicidade (2000-2012).....	210

Introdução

Como os eleitores avaliam o governo? Há quase meio século a resposta dessa pergunta é praticamente uníssona, isto é, eleitores julgam os presidentes a partir da performance econômica. Nesse cenário, governantes são recompensados ou punidos, principalmente, pela capacidade de reduzir o desemprego ou controlar a inflação. Em outras palavras, se a economia vai bem o governo é aprovado, se ela vai mal ele será reprovado. Assim, o presidente é aquele que deve garantir a “paz e a prosperidade” (Kernell, 1978)¹.

Na busca por compreender a avaliação presidencial, os resultados alcançados pelo governo na área econômica são apontados como sendo os de maior influência na construção tanto da imagem positiva quanto negativa que os eleitores elaboram sobre quem governa. Com isso, indicadores econômicos seriam preditores da popularidade presidencial (Lewis-Beck e Stegmaier, 2000). Nesse aspecto, o governo é apenas o meio pelo qual eleitores conseguem realizar suas vontades e seus desejos traçados no período eleitoral.

Identificar como os eleitores diferem bons governos de maus governos é crucial para entender o desenlace do processo político. Cada eleitor em sua época, em seu espaço segue normas e valores específicos que estruturam o modelo daquilo que eles esperam ser o governo. Assim, em uma democracia, quem governa, geralmente, ou se encaixa aos padrões definidos pelo eleitor ou abre espaço para que outro o faça.

Partidários de presidentes bem avaliados têm mais chances de serem reeleitos (Fiorina, 1978; 1981). A baixa aprovação é empecilho no momento de tentar a reeleição ou quando se busca fazer o sucessor. Com isso, os governantes que esperam continuar no poder observam na avaliação que os eleitores fazem ao longo do mandato uma prévia da disputa eleitoral. A meta do incumbente passa a ser ampliar a popularidade.

Nessa tarefa, como veremos no **capítulo 1**, o governo, muitas vezes, direciona a política macroeconômica para tornar suas ações consoantes com o desejo da opinião pública. O suporte público é objeto de desejo por facilitar a atuação do mandatário. Presidentes populares obtêm maior capacidade de agir. Eles esvaziam o discurso da oposição e ampliam o controle sobre o legislativo e a mídia.

¹ Vale destacar que os estudos sobre a popularidade presidencial se concentram basicamente entre Europa e Estados Unidos. Com isso, tem limitações para responder questões específicas de países como o Brasil.

Em busca de ampliar o suporte público, os mandatários impulsionam a criação de ciclos econômicos atrelados a ciclos eleitorais. Nos ciclos econômicos-eleitorais, além do controle mais rígido sobre o desemprego e a inflação, as ações do governo se centralizam nas medidas que possam significar em melhoria do bem-estar dos indivíduos como, por exemplo, a ampliação da renda da população ou do seu poder de compra.

Porém, as ações do governo para ampliar o apoio popular nem sempre surtem efeitos, pois a avaliação não é dirigida pela simples leitura racional de resultados políticos e econômicos (**Capítulo 2**). Como dito, aqui a principal hipótese é de que a percepção individual sobre as ações desenvolvidas pelo mandatário é preponderante para decidir a forma como os governos serão avaliados. Dessa forma, a popularidade do governo não está atrelada a qualidade das suas ações e sim a forma como os cidadãos interpretam tais ações.

Assim, essa pesquisa vai além da ideia de que fatores econômicos são os únicos condicionantes que impactam a avaliação sobre as ações do mandatário. De fato o bom-governo está vinculado à capacidade de realizar as vontades dos eleitores. Porém, isso não indica que a vontade dos eleitores se traduza apenas em ganhos econômicos. Assim, o objetivo aqui é compreender como se forma a percepção dos indivíduos sobre a performance do governo e como eles estruturam os critérios utilizados na avaliação do incumbente. Em resumo, essa tese analisa os processos que permeiam o julgamento dos eleitores sobre o desempenho do presidente considerando os aspectos cognitivos e afetivos que formam a percepção dos indivíduos sobre as questões políticas.

Desse modo, contrário aos modelos econômicos da avaliação presidencial, defendemos aqui que o julgamento elaborado pelos eleitores sobre o presidente depende da percepção acerca dos problemas políticos e da compreensão sobre quais são as atribuições do mandatário. A percepção individual indica qual a real dimensão da responsabilidade do governo sobre os resultados políticos e econômicos e como tais resultados afetam o bem-estar da população².

Com base nisso, entendemos que há dissociação entre como os acontecimentos políticos são de fato e como eles são percebidos pelos cidadãos. A principal variável que permite identificar esse distanciamento é a expectativa do eleitor sobre o seu bem-estar e o futuro

² Como as funções do governo são determinadas pelas instituições é possível dizer que, em parte, a percepção sobre quais são as atribuições do presidente varia conforme a configuração das instituições políticas (Powell e Whithen, 1993).

do país. As expectativas afetam diretamente a popularidade presidencial e obedecem um ciclo temporal. Desse modo, o suporte público, geralmente, depende da capacidade do governante conseguir superar ou manter as expectativas dos cidadãos. Por sua vez, as expectativas surgem a partir das experiências subjetivas individuais. Elas constroem na mente de cada eleitor a representação do que seria para eles o bom-governo, um governo tolerável e o péssimo governo. Desse modo, ser bem avaliado passa a ser uma questão de se encaixar ou modificar esse padrão pré-estabelecido.

Como será descrito no **capítulo 3**, os julgamentos sobre o desempenho do governo fazem parte de um processo complexo que envolve motivação, aprendizagem, memória e percepção. Isto é, cognição e afeto em compasso, sem que haja relação de dominância de uma sobre a outra (Mackuen *et al.*, 2007).

Na avaliação do governo, os eleitores não são estritamente racionais como supunham Key (1966) e Downs (1999). Eles julgam o presidente a partir de certa racionalidade limitada que faz com que as questões políticas sejam constantemente reinterpretadas. Devido a essa racionalidade limitada, a forma como o governo é avaliado não é estática e tampouco uniforme. Isto é, não existe um modelo único de “bom governo” e os indivíduos não mantêm seus esquemas avaliativos por todo o tempo.

A leitura das questões políticas depende das predisposições dos eleitores. Por esse motivo, governantes não são avaliados apenas por padrões objetivos de análise de resultados – indicadores de inflação, taxas de desemprego, entre outros –, mas, sobretudo, por fatores subjetivos que remetem a valores, atitudes, emoções e experiências vividas específicas a cada um dos eleitores que constroem predisposições para identificar quais questões são relevantes no julgamento do desempenho do presidente e como elas devem ser analisadas. Assim, “citizens generally do assign credit and blame to incumbent governments, but the attribution of responsibility for good and bad economic times varies by political party, type of incumbent, and the logic of the political context” (Anderson, 1995, pág. 184).

Com isso, o principal argumento apresentado aqui é que fatores como o afeto e a cognição são cruciais para a interpretação dos eleitores sobre as ações do presidente. Em outras palavras, não são os resultados que importam e sim a interpretação que os eleitores elaboram desses resultados.

Com base nisso, no **capítulo 4**, veremos como se estrutura a compreensão dos eleitores sobre qual é o papel do governo e, também, analisaremos como eles identificam quais

questões são relevantes para avaliar o presidente. Como a percepção entre os eleitores é divergente, as análises sobre o governo se diferenciam quanto ao foco e ao tempo.

O foco diz respeito a análise dos efeitos das ações governamentais que podem ser observadas pelas mudanças no bem-estar individual (análise egotrópica) ou coletivo (análise sociotrópica). Já o tempo da avaliação leva os eleitores a estruturar seu julgamento com base em suas experiências pessoais e resultados de ações concretizadas (análise retrospectiva) ou que poderão ser efetivadas (análises prospectivas).

Dessa forma, no **capítulo 4**, analisamos em qual intensidade as questões do passado e do presente afetam a percepção que os eleitores têm do governo e quanto do julgamento sobre o desempenho do mandatário é embalado por expectativas acerca da sua atuação. Assim, esse capítulo apresenta os fatores que influenciam positivamente e negativamente a avaliação da presidente Dilma Rousseff.

No **capítulo 4**, identificamos que a percepção de parte dos eleitores sobre o governo se altera ao longo do tempo. Os efeitos são perceptíveis, sobretudo, na oscilação da expectativa. Isto faz com que a popularidade presidencial varie conforme o tempo do mandato possuindo picos de alta no início do governo com acentuado declínio após o desgaste originado pelo *cost of ruling*.

Dessa forma, no início do mandato, embalado pela alta expectativa dos eleitores o governo apresenta grande suporte público e, conseqüentemente, mais facilidade para agir – esse período é conhecido como “lua-de-mel”. Porém, como governar requer tomar decisões que nem sempre agradam a todos, a “lua-de-mel” do mandatário com o eleitor é substituída por profundas “ressacas”. A ressaca se instala com a queda gradativa na expectativa sobre mudanças.

A expectativa sobre o desempenho do presidente é fruto da percepção sobre quais são as atribuições do governo e sobre as questões que afetam a avaliação. Por sua vez, como a percepção dos eleitores acerca das questões públicas não é rígida, o presidente se manterá em campanha permanente com o objetivo de interferir na forma como está sendo avaliado.

A campanha permanente é efetivada por meio de estratégias de comunicação lançadas para direcionar a atenção do público sobre aspectos positivos do governo. Por outro lado, a oposição também buscará indicar aos cidadãos quais critérios eles devem utilizar para

julgar o presidente. Esse embate é travado, sobretudo, através da mídia. Por esse motivo, a formação da opinião pública é um processo politizado (Brody, 1991).

Diante disso, **no capítulo 5**, analisaremos como a mídia busca alterar a percepção dos eleitores sobre quais problemas são relevantes e como o presidente cria medidas para interferir no modo como os cidadãos irão analisar o seu desempenho. Porém, para que as sugestões da mídia tenham efeito dois fatores são fundamentais; o primeiro, diz respeito a necessidade de que as pessoas estejam predispostas a ouvir. Enquanto o segundo, reforça a imprescindibilidade dos indivíduos confiarem que a sugestão é verdadeira e que não há nenhum interesse contrário ao seu motivando-a.

Em resumo, aqui serão abordadas as seguintes questões: o que faz os eleitores aprovarem ou reprovarem o presidente? Quais critérios são utilizados no julgamento sobre o desempenho do mandatário? A avaliação é direcionada por interesses individuais ou coletivos? Ela se orienta pelo passado ou por prognósticos? Como esses critérios são construídos e como eles se alteram ao longo do tempo? Quais questões que importam para a avaliação do presidente? Como o presidente e a mídia interferem na redefinição dos critérios apresentados pelos cidadãos?³

³ Essas perguntas foram respondidas com a utilização de dados provenientes das seguintes pesquisas: Avaliação da presidente Dilma Rousseff após dois anos de governo – Datafolha 2012; Avaliação dos protestos de junho/2013 – Ibope e; Pesquisa brasileira de mídia – Secom/Ibope 2013.

Capítulo 1

A popularidade presidencial como mecanismo político

Durante o mandato os presidentes são constantemente avaliados pelos eleitores. O resultado da avaliação indica a popularidade do presidente e essa, por sua vez, é um dos principais recursos políticos que um governante necessita ter. Em uma democracia, nada é mais influente do que um presidente com prestígio. Contando com o apoio de políticos, burocratas e, principalmente, sendo aprovado pelos eleitores, as barreiras para a imposição da agenda política são enfraquecidas. A popularidade é o elemento central do prestígio por indicar o suporte público as decisões governamentais. Com baixo suporte o presidente perde capacidade de ação⁴, pois passa a ser necessário esforço maior para implementar políticas construindo alianças e justificando a imprescindibilidade delas. Além disso, a fiscalização se amplia e a oposição fica mais forte.

A popularidade do presidente é dinâmica e varia conforme fatores sociais, políticos e econômicos (Erikson, MacKuen, e Stimson 2002). O dinamismo do suporte público, observado por meio das pesquisas de opinião, indica ao presidente a necessidade de criar estratégias para reforçar a aprovação do seu governo. Em consequência disso, o mandatário passa a criar medidas com o objetivo de influenciar a forma como será avaliado pelos cidadãos (Simon e Ostrom, 1989).

A aprovação passa a ser o termômetro do governo, pois ela demonstra os reais eleitores do presidente em determinado período (Stimson, 1976) e deve ser compreendida como poderoso mecanismo que possui a capacidade de alterar o comportamento dos atores políticos e dos cidadãos. Além disso, tem impacto direto no formato da cobertura da mídia. O próprio presidente define parte dos seus compromissos com base na aprovação que possui (Brace e Barbara, 1992).

Para o presidente, caso queira assegurar o sucesso de sua administração, é importante saber como a opinião pública se comporta e se manter em uma eleição perpétua, entretanto, isto

⁴ Devido essa importância vários estudos, realizados a partir dos anos 1970, buscaram demonstrar como se estrutura a popularidade do governo (Consultar Goodhart e Bhansali, 1970; Mueller, 1970 e Kramer, 1971).

não significa que ele será escravo dos apelos populares (Brody, 1991). Detectar as mudanças na opinião pública é importante, mas o presidente exercendo o seu papel de líder pode facilmente instruir os eleitores sobre a realidade política. Assim, suas medidas se ajustam a essa tarefa professoral que surge como estratégia para ampliar o suporte público.

As ações do presidente são embaladas pelo compromisso de manter e ampliar o apoio da população ao governo porque esse apoio é peça política fundamental, sobretudo, para facilitar a relação com o congresso. Quanto maior o suporte público menor são os obstáculos que limitam a atuação do mandatário como, também, será mais fácil para o grupo que ele representa continuar no poder seja pela reeleição ou eleição dos seus partidários.

Assim, compreender como o governo está sendo julgado importa, pois a alta aprovação facilita a atuação do governante possibilitando a execução de políticas adequadas as demandas da população que, por sua vez, favorece a ampliação da popularidade (Neustadt, 1980). Por sua vez, Kinder entende que:

“Widespread support in the public augments a president's ability to bargain and to persuade. Confronted with a popular president, Congress, the private sector, the bureaucracy, the executive branch itself, all become more accommodating to presidential initiative” (Kinder, pág. 13, 1981).

As ações se tornam mais fáceis devido ao fato de que quando o governo é bem visto pelo povo os opositores se enfraquecem. Por sua vez, a baixa popularidade fortalece a oposição e por isso a avaliação também é importante para os opositores se situarem perante a opinião pública. Como base no apoio popular ao presidente, os opositores se articulam e definem sua agenda.

A popularidade indica que ações desenvolvidas são legítimas e descredita retaliações dos opositores. Dessa forma, facilita a tramitação de propostas e a convergência de atores políticos para a base de sustentação do governo. O suporte público do presidente facilita sua influência sobre lideranças (Neustadt, 1980). Não é comportamento estratégico fazer oposição a governos populares, entretanto, quando o presidente não é bem avaliado pululam lideranças para explicar os motivos da reprovação do público e defender as bandeiras apresentadas pela opinião pública. Com a popularidade em baixa, até os partidários passam a pressionar o presidente.

Para os opositores, a tarefa de ir contra presidentes populares é inglória por dois motivos: primeiro, os eleitores que apoiam o governo tendem a descartar opiniões contrárias que buscam mostrar que nem tudo é perfeição e, segundo, quanto maior a popularidade maior será a capacidade do Presidente perseguir os opositores (Neustadt, 1960). Por sua vez, a oposição enfraquecida perde a capacidade de orientar a população e, com isso se estabelece entre o público a ideia da ausência de opositores.

Os sinais do prestígio presidencial são sentidos, principalmente, no congresso. Quando a população respalda as decisões do presidente, ela pune aqueles que se apresentam como obstáculos a execução dessas decisões. Por esse motivo, o prestígio público do presidente é fundamental para manter o controle sobre os parlamentares (Neustadt, 1955; 1980; Rivers e Rose, 1985)⁵.

O prestígio público facilita o controle do presidente sobre a agenda governamental e amplia sua capacidade de negociar e tomar decisões (Edwards, 1980). Isso é visto, sobretudo, no tocante ao comportamento dos congressistas sobre questões consideradas como chave pelo mandatário (Rivers e Rose, 1985).

Já quando a popularidade está em baixa é necessário um maior número de negociações. Presidentes com baixa popularidade apresentam mais chances de assistirem as suas medidas sendo barradas pelo Congresso. Por isso, é possível dizer que a estratégia de ação do presidente com o Congresso varia conforme o grau de popularidade (Pereira, Power e Rennó, 2005) sendo a disciplina partidária no Congresso Nacional influenciada pela avaliação do presidente (Santos, 1997).

O apoio dedicado, por parte dos parlamentares, para presidentes populares é maior devido ao medo da retaliação da opinião pública e o temor do fortalecimento de outras lideranças. Os congressistas que contam com o apoio do presidente têm mais possibilidade de permanecer no poder (Erikson, 1971). Eles podem utilizar o governo federal para favorecer seus apoiadores, ampliar sua visibilidade na mídia ocupando postos chave, beneficiar os financiadores da campanha e criar blindagem contra denúncias. Vale lembrar que entre as metas do presidente está o enfraquecimento dos seus adversários.

⁵ Vale ressaltar que Neustadt (1980) diferencia prestígio público de popularidade. Para ele, prestígio público envolve a capacidade de dar suporte as decisões do presidente mesmo sem aprovar a sua administração. Assim, o prestígio público do presidente não é perfeitamente captado pelas pesquisas de opinião.

Por isso, quanto maior a popularidade maior é a capacidade de controlar opositores e de barganhar com o congresso. Com a popularidade em alta cai a resistência do Congresso a projetos do governo (Rivers e Rose, 1985). Isto possibilita que o governo amplie o seu controle sobre a agenda pública tornando possível a execução de medidas sensíveis como, por exemplo, a redução de gastos públicos. No período eleitoral, congressistas da base do governo são ajudados pela popularidade do presidente (Tufté, 1975).

Vale destacar que o prestígio do presidente, também, afeta o resulta das políticas públicas. Na maioria das vezes, presidentes populares transferem parte do apoio que possuem para outros membros do governo como, por exemplo, ministros e assessores. A partir daí, as barreiras para as ações diminuem e eles passam a agir com mais facilidade sem que seja necessário justificar cada medida.

Por sua vez, quando o suporte público é baixo, isto é, a avaliação é negativa o número de opositores com capacidade de articular vetos se torna bem mais expressivo. Nesse cenário, as pesquisas de opinião cumprem o papel de permitir as lideranças identificarem como a população está reagindo as ações do presidente e qual o momento certo de fazer oposição (Brody, 1991).

As flutuações da opinião pública incitam um rearranjo das forças políticas sendo o apoio do Congresso ao Presidente claramente condicionado pelo suporte público (Rivers e Rose, 1985), sendo perceptível por meio do comportamento das lideranças ou através da resposta sobre vetos (Rohde e Simon, 1983). Já o Presidente com alta popularidade obtém a capacidade de lançar a população contra o Congresso quando bem entender. Em resumo, a oposição será frágil quando o governo for popular e se fortalecerá quando ele perder parte do suporte público.

Com influência sobre as lideranças, Presidentes populares têm maior capacidade de tomar medidas impopulares. No entanto, dificilmente o fazem, pois mudanças bruscas ameaçam a própria popularidade do governo. Dessa forma, o crescimento da popularidade impulsiona a adoção de políticas incrementais ou até mesmo conservadoras. Quanto mais popular maior é a possibilidade do governo se tornar conservador, isto é, não realizar grandes reformas. Por outro lado, quando a popularidade está se deteriorando o governo lança vários pacotes com medidas visando reverter a derrocada.

O apoio popular é importante para garantir a estabilidade do governo e facilitar a tomada de decisões. A população insatisfeita promove atos de represália ao governo que deterioram ainda mais o suporte público e dificultam o controle sobre a agenda pública. Tais atos podem ser de simples manifestações, greves chegando, em alguns casos extremos, a rebeliões. Popularidade e estabilidade política caminha *pari passu*, quanto mais baixo o apoio público, mais contundentes serão as repostas populares. Isto se torna pernicioso quando grupos utilizam a insatisfação popular para inflamar movimentos com objetivos não democráticos.

Por último, o suporte público impacta diretamente a campanha presidencial. Os atores, coalizões e as questões em jogo terão como base a percepção dos eleitores acerca do desempenho do governo. Com a popularidade do governo em baixa, muitos legisladores são “pressionados” a criticar a atuação do Presidente para manter o prestígio. Isto dificulta futuras alianças com representantes do governo. O peso da avaliação torna a campanha muito mais ponto de chegada do que partida de questões políticas. Isso porque a alta popularidade transmite a ideia de que tudo está indo bem, sendo assim não há motivo para votar contra o governo (Abramson *et al.* 1987 e Fiorina, 1981). Nesse cenário, durante as eleições, governo e aliados são beneficiados pelas avaliações prévias sobre o desempenho do presidente (Brody e Sigelman, 1983).

A insatisfação com o governo é representada pela taxa de aprovação. O governo para se manter no poder tem que driblar a insatisfação. A satisfação é entendida como a capacidade do governo atender as preferências da população. Tais preferências seriam frutos da racionalidade individual. Mas será que os eleitores conseguem definir exatamente quais são as metas que desejam que o governo persiga? Essas preferências não se alteram ao longo do mandato do governante?

1.1. Hipótese recompensa-punição

Os efeitos da economia sobre o voto e a popularidade são analisados a partir da ideia de que governos são responsabilizados por resultados econômicos (hipótese responsabilidade). Assim, quando a economia vai bem o governo é aprovado, por outro lado, quando os resultados não são os desejados o governante passa a ser punido. A hipótese responsabilidade deriva do modelo downsiano que presume a competência dos eleitores em associar causas e consequências das ações dos governos.

Mais tarde, Key (1966) identificou que governos são responsabilizados por resultados econômicos e que a partir disso são recompensados ou punidos (hipótese recompensa-punição). Key (1966) entendia que os eleitores poderiam ser divididos em três categorias: (1) *standpatters* – formado por aqueles com forte identificação partidária, eles seriam eleitores cativos de um candidato ou partido; (2) *switchers* – eleitores que variam o posicionamento de eleição para eleição mantendo comportamento mais adepto à mudança; e, por último, os (3) *new voters* neófitos com baixo conhecimento para nutrir avaliações com base no passado e sem experiência sobre as estratégias eleitorais⁶.

Esses três tipos apresentam comportamento distinto no momento da decisão do voto. Os *standpatters*, geralmente, independente do que ocorra continuarão fiéis a determinado grupo político. Os *new voters*, se dividem em eleitores cujo voto é definido a partir da campanha política e eleitores com baixo interesse pela disputa eleitoral. Por outro lado, os *switchers* elaboram julgamentos sobre o desempenho do governo para orientar suas decisões eleitorais. Assim, é possível dizer (...) “that some voters are governed by blind party loyalty and that some others respond automatically to the winds of the environment of the moment” (Key, 1966, pág. 59).

Os eleitores que reagem a intempéries econômicas costumam não se orientar por promessas de campanha. Na compreensão de Key, *switchers voters*, em sua maioria, são sujeitos que utilizam o voto para premiar ou punir o governante. Por meio dessa ação, eles fazem com que os custos políticos de resultados econômicos negativos recaiam

⁶ Vale lembrar que os “new voters” não são formados apenas por jovens. Eles “also include at all age levels many ‘in-and-out’ voters, whose psychological characteristics may make them of special interest, if not invariably of special importance, in the behavior of the electorate. Some of the ‘in-and-out’ voters were prevented from voting four years earlier by causes beyond their control. They had no legal residence; they were out of the country; they were ill; or for some other reason they could not make their way to the polls” (Key, pág. 22, 1966).

diretamente sobre o mandatário e seus partidários. Por sua vez, os governantes se antecipam criando medidas artificiais para impedir esses efeitos indesejados.

No entanto, para a recompensa-punição ser efetivada é preciso identificar o mandatário como responsável pelos resultados macroeconômicos e atores que possam receber os votos de oposição ao governo (Powell e Whitten, 1992; Anderson, 1995). Esses dois aspectos são o ponto nevrálgico da hipótese recompensa-punição. Isto porque ela peca na compreensão sobre como a percepção dos fatos econômicos é construída apresentando o processo de atribuição de responsabilidade como automático e uniforme.

A suposta automaticidade do processo de recompensa-punição foi vista com ressalvas por Fiorina (1981). Para ele, o julgamento do eleitor não se trata apenas de imputar responsabilidade ao mandatário, antes disso há uma estimativa sobre como estaria o cenário caso a atual administração não estivesse no poder. Por esse motivo, no momento da eleição, as experiências pessoais dão suporte às projeções.

Além disso, para que todos resultados econômicos negativos resultassem em sanções ao governante seria necessário cidadãos com a mesma motivação e a ausência de eleitores motivados exclusivamente por interesses políticos. Assim, para Fiorina (1978; 1981), o eleitor não deve ser visto como árbitro implacável. Principalmente, porque para se manter informado há um custo elevado, cujo qual boa parte dos eleitores não deseja arcar (Downs, 1999).

Vale lembrar, que a própria análise retrospectiva é desenvolvida pelos eleitores para diminuir o custo de se manter informado. Ao utilizar esse tipo de análise os cidadãos possibilitam que o passado direcione sua percepção sobre o presente. Com isso, os que nutrem desconfiança ao governo tendem a relativizar os aspectos positivos da administração.

Nesse caso, observando apenas os opositores é notório que independente do que aconteça eles sempre serão mais críticos ao mandatário e isso persistirá, até mesmo, quando a administração os beneficie. Dessa forma, “there is a tendency for the pro government voters to view the economy in a more rosy light than opposition voters” (Nannestad e Paldam, pág. 232, 1994).

Para reduzir o custo informacional, os eleitores além do passado utilizam atalhos informacionais e suas experiências individuais articuladas com sua rede de relações pessoais⁷. Nisso as questões econômicas ganham relevância específica para cada grupo de eleitor. Isto é, só dará importância ao desemprego aqueles que por algum motivo o teme. Portanto, há assimetria quanto ao impacto percebido de cada variação na economia.

Vale destacar ainda que, em alguns casos, os resultados econômicos não resultarão em punição ou recompensa. Eles não terão qualquer efeito político direto. Isso porque, por exemplo, os indivíduos não necessariamente irão responsabilizar o governante pelos seus infortúnios financeiros (Feldman, 1982). Problemas pessoais nem sempre serão vistos como da alçada do presidente. Caso o governante não seja percebido como responsável pelo mau desempenho da economia, ele não será punido.

Além disso, a assimetria persiste, também, quanto a forma da punição e recompensa. Em outras palavras, governos são severamente punidos por crises econômicas, porém, não são bem recompensados em períodos de prosperidade (Bloom e Price, 1975). No entanto, para o governante é perceptível a ameaça constante de ser punido pelos eleitores até mesmo por questões distantes da sua obrigação.

Dessa forma, como o objetivo do governante é permanecer no poder, a performance macroeconômica passa a ser vista como prioritária pelo mandatário. Assim, o governante age de forma premeditada com o intuito de satisfazer a opinião pública. Nas próximas seções, iremos ver como a política macroeconômica é, em alguns casos, direcionada para ampliar o suporte público do presidente.

1.2. Ciclo econômico-eleitoral

Os estudos do voto econômico assumem que as variáveis macroeconômicas apresentam efeitos diretos sobre a popularidade do presidente. No geral, eles indicam que o suporte

⁷ Conforme o capítulo 3, para a avaliação do desempenho do governante o comportamento do eleitor diverge entre avaliações do tipo memory-based e impression-driven.

público varia conforme a performance econômica do governo que, por sua vez, é medida sobretudo pelo comportamento da inflação e do desemprego. A insatisfação dos eleitores com relação à economia diminuiria o prestígio do presidente dificultando a permanência no poder do grupo que ele representa.

Nesse cenário, passa a ser estratégico para o governo ter o controle das variáveis econômicas que incidem diretamente na percepção dos eleitores sobre a sua administração. A ideia é que “if economic variables can influence political popularity, so also can government actions have a major impact upon the future development of the economy” (Goodhart e Bhansali, pág. 46, 1970). Tais ações têm como objetivo criar “artificialmente” a imagem de competência administrativa. Com essa meta, próximo as eleições o governo passa a emitir estímulos para reduzir o desemprego, controlar a inflação e aumentar a renda da população (Nordhaus, 1975, Grier, 1989; Rogoff, 1990)⁸.

Para efetivar essas ações, os governantes buscam a todo custo ampliar sua capacidade de direcionar a economia. Por sua vez, ao passo que aumenta o controle do governo sobre a economia se eleva a interação entre a economia e o sistema político (Frey e Schneider, 1978a). Em outras palavras, as políticas macroeconômicas passam a representar interesses exclusivamente eleitorais.

Diante disso, é possível dizer que, muitas vezes, a política econômica é manipulada com o objetivo claro de produzir recompensas eleitorais sendo ajustada conforme as oscilações na popularidade do presidente. Assim, se há temor de declínio do suporte público medidas populares são rapidamente lançadas⁹. Por outro lado, quando a opinião pública dedica grande apoio ao presidente, medidas austeras como corte dos gastos públicos se tornam mais frequentes. Presidentes populares tomam medidas impopulares com mais facilidade, eles podem elevar os juros, reduzir investimentos, congelar salários de servidores sem temer grandes represálias.

Com base nisso, é possível identificar clara relação entre a popularidade do governo e a política econômica que ele desenvolve. Apesar da popularidade do presidente ser

⁸ Ciclos econômicos atrelados à política foram apresentados originalmente por Schumpeter (1939) e Kalecki (1943).

⁹ No Brasil, o presidente pode utilizar os investimentos de empresas estatais para construir alianças políticas regionais e para ampliar a sua popularidade.

consequência da performance econômica, ela tem a capacidade de induzir a forma como a política econômica será conduzida pelo governo. Assim, ocorre uma via de mão dupla onde a economia afeta e é afetada pela política.

Em outras palavras, a política econômica não é inerte aos indicadores de popularidade. Ela é alinhada para proporcionar a ampliação do suporte público e, conseqüentemente, votos para o governo e seus aliados. Com a ausência de mecanismos para controlar a ação do governo, passa a ser mais constante a presença de interesses políticos de curto prazo direcionando a política macroeconômica. Esses interesses se tornam mais frequentes e ganham mais impulso com a proximidade de períodos eleitorais (Williams, 1990). Isso faz com que ciclos políticos acabem tendo a capacidade de proporcionar ciclos econômicos (Kramer, 1971; Nordhaus, 1975; Alesina, 1989).

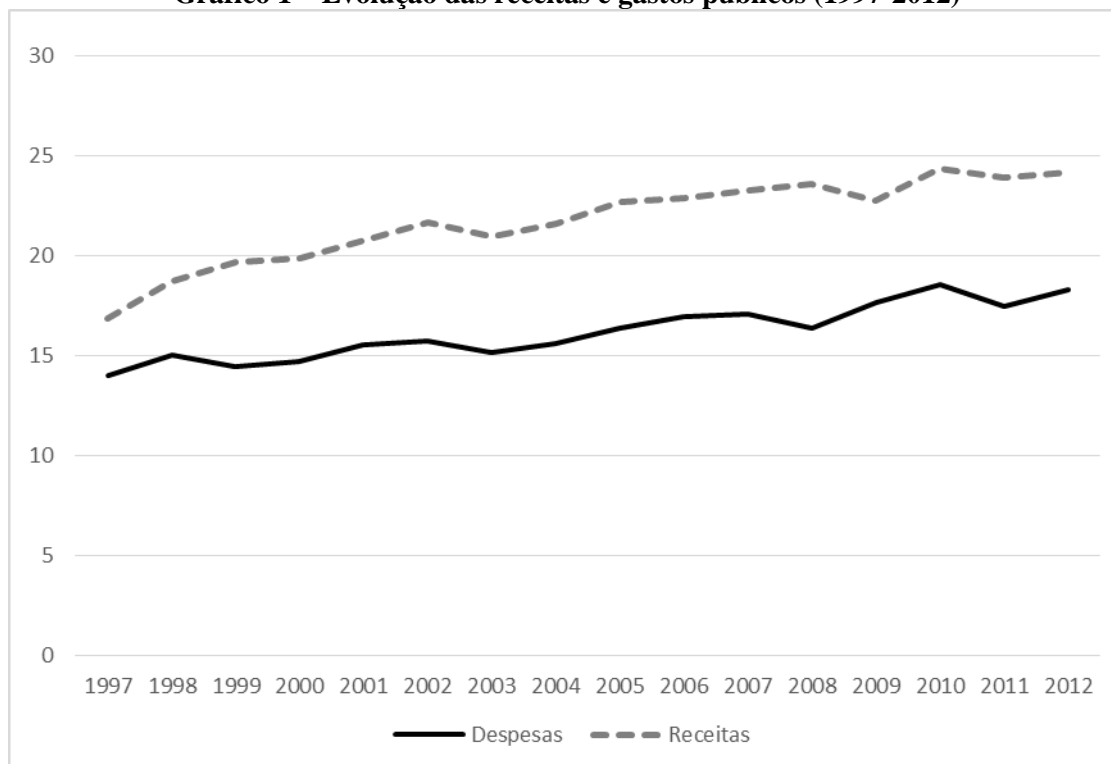
O surgimento de ciclos econômicos-eleitorais se caracteriza pela adoção irrestrita de medidas populares, geralmente, implantadas na véspera das eleições e que passam a ser menos frequentes logo após o resultado eleitoral. A agenda governamental, basicamente, se limita a responder os anseios da opinião pública, principalmente, em questões que afetem diretamente o bem-estar. Por bem-estar se entende manter o poder de compra controlando a inflação e o desemprego. Dessa forma, o aumento da renda passa a ser o objetivo central do governo. Com isso, “the key economic element in the electoral-economic cycle is real disposable income” (Tufte, 1978, pág. 29).

Dessa forma, a proximidade do período eleitoral faz com que o governo, por exemplo, amplie os gastos públicos, sobretudo, para acelerar o andamento de obras inconclusas, corte ou evite aumentar taxas e tarifas, estabeleça medidas de incentivo ao consumo, quando o objetivo for reduzir a taxa de desemprego, desestimele compradores com a redução de crédito visando conter a inflação ou aumente salários e benefícios para ampliar a renda da população. Assim, no período eleitoral, é perceptível, sobretudo, nos países em desenvolvimento a ampliação dos déficits orçamentários e sensível diminuição na arrecadação por meio de tributos (Nakaguma e Bender, 2010).

Nesse sentido, geralmente, quando há o estabelecimento de ciclos econômicos-eleitorais eles acabam sendo detectados pela oscilação da taxa de desemprego e pelo controle da flutuação do preço dos produtos, sobretudo, aqueles que compõem a cesta básica (Alt e Chrystal, 1983; Alt, 1985).

No Brasil, especificamente, essas ações podem ser percebidas pelo sensível aumento das despesas públicas em anos eleitorais substituído por declínio momentâneo no ano seguinte (Bittencourt e Hillbrecht, 2003; Nakaguma e Bender, 2006; Sakurai 2009). O Gráfico 1 apresenta o comportamento das despesas e dos gastos públicos relativos ao PIB nominal. É possível perceber que nos períodos marcados por disputas eleitorais (1998, 2002, 2006 e 2010) as despesas passam a corresponder a uma parcela maior do PIB.

Gráfico 1 – Evolução das receitas e gastos públicos (1997-2012)



Fonte: Banco Central do Brasil

O aumento das despesas visa, sobretudo, solucionar demandas apresentadas pelo eleitor mediano¹⁰. Os efeitos políticos dessa estratégia são controversos, pois parte do eleitorado pode ser avessa a governos perdulários (Peltzman, 1992). Entretanto, há quem diga que apesar disso os cidadãos podem premiar o mandatário caso o aumento dos gastos gere bens públicos que supram as carências desses eleitores (Drazen e Eslava, 2004).

¹⁰ No caso das eleições municipais brasileiras, Mendes (2004), Sakurai (2005) e Sakurai e Menezes-Filho (2008) não encontraram forte relação da ampliação dos gastos com a reeleição dos prefeitos.

Vale lembrar que apesar do aumento das despesas nem todas as demandas apresentadas pela população serão atendidas. Assim, alguns grupos específicos serão mais beneficiados do que outros. Com isso, em um ranking de prioridades são selecionadas pelo governante aquelas cuja solução tenha grande impacto eleitoral e exequibilidade em curto prazo.

A conexão das eleições com a economia altera o comportamento dos parlamentares e do governo que se ajusta a necessidade de suprir as demandas econômicas da população. A agenda partidária perde espaço para os interesses eleitorais. Assim, distante de objetivos de logo prazo a dinâmica da economia passa a obedecer os ciclos eleitorais. Os artifícios são efetivados há uma sensível melhora no bem-estar da população, mas, no ano seguinte à eleição, a economia desacelera e progressivamente terá o seu ritmo elevado até o próximo período pré-eleitoral (Grier, 1987).

Os mandatários que, no período eleitoral, alteram o seu estilo de agir acreditam que o período pré-eleitoral seria o mais propício para implementar o “pacote de bondades” devido a curta memória dos eleitores. Assim, as ações executadas no início do governo não seriam lembradas se no final do mandato o governante passasse a satisfazer a vontade do eleitor mediano. A intensidade da utilização dessas estratégias varia conforme o interesse do governo pela reeleição (Williams, 1990).

Nesse cenário, políticas de austeridade serão postergadas quando da proximidade do ciclo eleitoral. A possibilidade do governo executar medidas negativas como, por exemplo, cortar investimentos ou aumentar os juros é maior nos primeiros meses do mandato do que nos meses que antecedem a eleição. No entanto, isto não quer dizer que o incumbente ficará inerte até a véspera das eleições, já que o governo ajustará a política macroeconômica a partir dos indicadores de popularidade (Frey e Schneider, 1978a). Governos não populares e preocupados com a permanência no poder são, na véspera das eleições, mais efusivos na busca pela redução do desemprego e controle da inflação. Com isso, ciclos econômicos-eleitorais são mais frequentes no final do mandato de governos impopulares. Eles aparecem como uma cartada final para evitar possível derrota nas urnas. Por outro lado, quando a vitória é certa o governo pode agir com base apenas em sua ideologia (Frey e Schneider, 1978b).

Dessa forma, para obter o apoio dos eleitores, as medidas de longo prazo são colocadas de lado em detrimento de medidas paliativas que possibilitam a falsa sensação de que tudo

está indo bem. Com a inflação sobre controle e o desemprego em queda, o otimismo dos eleitores sobre o futuro da economia se eleva.

Porém, vale lembrar que o controle do presidente sobre a economia varia conforme o tempo e o país. Isso porque, em alguns países, parte das decisões são compartilhadas com outros poderes ou tomadas por agências independentes, como, por exemplo, os bancos centrais. Nos locais onde a autonomia não é respeitada, os presidentes utilizam o seu prestígio e influência política para forçar os bancos centrais a seguirem metas condicionadas pela opinião pública (Grier, 1987). Por esse motivo, o controle da inflação e o processo eleitoral são geralmente opostos, já que os eleitores temem a inflação, mas discordam sobre a necessidade dos remédios aplicados, pelos diretores do BC, para controlá-la (Alesina e Grilli, 1991)¹¹.

Como já dito, para orientar a economia a partir de interesses eleitorais é preciso que medidas de longo prazo cedam espaço para soluções de curto prazo, cujo impacto à opinião pública seja mais visível. Toda essa movimentação é difícil de identificar, pois elas acontecem por antecipação. Isto é, antevendo que determinado evento tem potencial para lhe prejudicar o governante se antecipa aplicando o remédio cabível. Apesar da prática não ser tão facilmente percebida a frequente utilização de ciclos econômicos acaba deixando os eleitores resabiados com essa estratégia o que diminui seus efeitos políticos.

Assim, a eficiência da manipulação econômica está ligada, sobretudo, a dois pontos básicos: assimetria de informações existente entre o governo e a população que limita a compreensão sobre o viés político das ações depreendidas (Rogoff, 1990); e a necessidade de que, no julgamento sobre a atuação do presidente, os indivíduos considerem apenas os últimos acontecimentos. Por outro lado, vale destacar que, geralmente, os governantes acabam projetando suas crenças para os eleitores. Isso faz com que eles tomem medidas impopulares acreditando que elas são desejadas pela população. Além disso, há ainda diferenças claras entre os partidos políticos na forma de conduzir a política econômica o que gera expectativas diferentes entre os eleitores. Esse tema será abordado na próxima seção.

¹¹ A população discorda, principalmente, quando para combater a inflação são lançadas medidas que gerem desemprego.

1.3. Tese da questão prioritária

Enquanto o ciclo econômico-eleitoral é a manipulação meramente oportunista da economia, a questão prioritária apregoa que a agenda econômica do governo será direcionada pelos princípios do partido político que ele pertence. Além disso, indica que cada governante será julgado de forma díspar pelos eleitores. Essa diferença se deve as expectativas criadas pelo partido que o mandatário representa.

Com base na tese da questão prioritária, as ações desenvolvidas pelos governos seriam meramente reflexos do programa partidário. Cada partido apresentaria ideias centrais que conduziriam a formatação da agenda governamental. Assim, questões prioritárias para uns partidos não teriam a mesma relevância para outros. No caso das políticas macroeconômicas, isso acabaria produzindo ciclos não mais presos a questões eleitorais e sim a ideologia partidária – ciclos macroeconômicos partidários (Hibbs, 1977; 1987).

Em um cenário hipotético, onde os partidos são concorrentes e motivados apenas por princípios ideológicos cada mudança de governo provocaria a criação de um novo ciclo econômico. Isso porque a diferença de incentivos e objetivos entre os partidos provoca visões divergentes sobre a macroeconomia (Alesina, 1987).

Com isso, em cada período eleitoral, as disputas entre os partidos criariam incertezas sobre o futuro da política macroeconômica (Alesina e Rosenthal, 1995). Isso afeta o comportamento de investidores externos, dos empresários nacionais e da população. Em alguns cenários, a incerteza cria prejuízos econômicos seguidos por instabilidade política.

O “Risco Lula” é um dos episódios mais marcantes da política brasileira sobre os efeitos que a disputa eleitoral pode gerar sobre a economia. Em 2002, os investidores, ao vislumbrarem as reais chances de vitória do então candidato Lula, passaram a fugir da insegurança que, naquele momento, esse cenário representava. Como resultado, nas vésperas da eleição o risco país¹² atingiu o maior nível já registrado (2.446 pontos em setembro de 2002). A insegurança do mercado com relação à política econômica fez com que, no dia 10 de outubro de 2002, o dólar chegasse a cotação recorde de R\$ 4,00.

¹² O Risco País é um conjunto de indicadores utilizados para classificar o grau de instabilidade econômica de um país indicando qual a segurança dos investimentos ali realizados.

O ocorrido, nas eleições presidenciais de 2002, deixa claro que as expectativas são de grande relevância para a definição do cenário econômico. Isso ocorre devido a crença entre os indivíduos de que grupos políticos opostos divergem radicalmente no entendimento de como a economia deve ser conduzida.

Com base nisso, após o resultado eleitoral, os eleitores criam expectativas racionais sobre como será a administração do próximo governo. Essas expectativas se alimentam das informações que são repassadas pela mídia e seus especialistas que conjecturam sobre o futuro da economia do país ou variam conforme os atalhos informacionais utilizados pelo público¹³.

Entre esses atalhos informacionais, o partido político do presidente está entre os mais relevantes por facilitar a associação de governos anteriores com o atual. Assim, a experiência que os indivíduos adquirem com governos passados serve como base para compreender o atual governo.

Dessa forma, a partir do conhecimento sobre o partido vencedor da disputa eleitoral, os eleitores traçam prognóstico sobre o país, qual o rumo o presidente dará a economia e as questões sociais. Por sua vez, essas expectativas serão responsáveis por definir o parâmetro de julgamento do desempenho presidencial. Com isso, elas podem facilitar ou tornar mais difícil o trabalho do governante, pois se a expectativa sobre determinado tópico for elevada e o presidente não satisfazê-la, ele será punido.

Devido a isso, as expectativas dos eleitores criadas em torno do partido do presidente fazem com que os governos sejam cobrados de forma díspar. Por exemplo, governos vinculados aos partidos defensores de bandeiras da esquerda são mais exigidos sob os aspectos das questões sociais, enquanto, partidos mais à direita tem avaliação mais rígida no tocante à economia.

Os partidos através dos seus representantes têm ainda a função de informar diretamente para os cidadãos sobre o desempenho do presidente. Por esse motivo, eleitores ligados a partidos de oposição ao presidente além da desconfiança natural são mais expostos a informações que reforçam a visão negativa sobre o governo. Assim, é possível dizer que,

¹³ No Capítulo 6, voltaremos a discutir sobre o papel da mídia na construção das expectativas e sua influência sobre a popularidade presidencial.

inicialmente, cada eleitor julga o governo a partir de expectativas que são corroboradas pelo seu partido de preferência.

Por sua vez, os partidos tendem a prestar contas de suas ações a sua base de sustentação, conseqüentemente, a agenda partidária será em parte construída a partir da visão dos apoiadores. Hibbs (1977) identifica que a política macroeconômica é desenhada a partir das demandas dos membros dos partidos. Dessa forma, se a preocupação dos membros do partido é com o desemprego, as ações do governo tenderiam a priorizar medidas para garantir a manutenção dos postos de trabalho, pois o governante compreende que tal critério terá grande peso na sua avaliação. Assim, as metas do governo seriam condicionadas ou respostas aos apelos dos seus *constituencies* (Hibbs, 1977, 1987). Não seria razoável punir um governo com base em um evento quando a trajetória da base partidária demonstra não dar muita atenção ao respectivo evento.

Assim, o partido passa a exercer papel central no julgamento que os eleitores fazem sobre o desempenho do presidente. No entanto, na maioria das vezes, o formato das políticas não depende apenas do partido que está governando. Isto porque as medidas vistas como prioritárias pelo governo variam conforme a aliança estruturada dentro do Legislativo. Quanto mais necessária for a aliança com outros partidos mais dispersa será a agenda governamental, isto é, estará longe de representar os anseios de um único partido. Assim, tanto o ciclo econômico-eleitoral quanto a questão prioritária irão depender do governo possuir ou não maioria dentro do Legislativo (Alt, 1985).

No caso brasileiro, os governos geralmente são formados por uma coalizão de partidos e esses, por sua vez, agiriam conforme em interesses específicos. Nesse formato, as políticas defendidas pelo governo passam a representar o conjunto de acordos para manter a estabilidade da coalizão. Como a coalizão propicia a governabilidade, mantê-la estável é uma necessidade. Com base partidária fraca o governo se envolve em longas negociações com opositores ou grupos de interesse. Isto resulta em baixa capacidade de promover políticas para fomentar a popularidade, já que a oposição poderá vetar qualquer ação de cunho eleitoral.

Nesse sentido, a ação do governo visando ampliar o suporte público se torna mais fácil com coalizões estáveis e base partidária disciplinada. A disciplina não é o forte do Legislativo brasileiro. De acordo com o CEBRAP, em 2013, a base da presidente Dilma

obteve a menor taxa de fidelidade desde 1989. Naquele período, apenas 69,3 dos membros de partidos que controlavam ministérios foram favoráveis à orientação do governo. Os partidos com ministério representavam mais de 70 das cadeiras da Câmara dos Deputados¹⁴. No entanto, o número de parlamentares que corriqueiramente votou favorável ao governo passou de 306 deputados, em 2011, para apenas 101 deputados em 2013¹⁵.

Além disso, é ingênuo supor que o governo tem suas ações condicionadas pelos apelos dos *constituencies*, já que a maioria das escolhas acontece a partir de informações assimétricas e as elites têm capacidade de manipular os interesses das bases, como, também há débil vinculação partidária por parte dos eleitores.

Porém, os efeitos da questão prioritária ocorrem indiretamente embalado pelas expectativas dos eleitores. A fraca vinculação partidária não impede que os eleitores criem uma imagem ou estereótipos dos partidos políticos. Com base nisso, determinados partidos são vistos como mais comprometidos com causas ou atores. A interpretação sobre esse grau de comprometimento direciona a expectativa sobre as decisões políticas.

O principal efeito das expectativas racionais criadas pelos eleitores é visto, principalmente, sobre a economia (Alesina e Rosenthal, 1995). As expectativas estabelecidas no início do governo interferem no contexto político e econômico por provocarem mudanças no comportamento dos cidadãos. Na substituição de governo os prognósticos econômicos giram, sobretudo, em torno do desemprego e da inflação. As ações que os indivíduos passam a tomar a partir dessas expectativas apresentam efeitos diretos na conjuntura política e econômica. Se os indivíduos passam a acreditar que os próximos anos serão turbulentos, eles irão adotar medidas para se precaverem como, por exemplo, reduzir o consumo. Por sua vez, tal redução no consumo desaquece o mercado interno. Essa discussão sobre a implicação das expectativas no ambiente político será retomada no capítulo 4.

¹⁴ Em 2013, a distribuição era a seguinte: PT (88 deputados); PMDB (81 deputados); PSD (45 deputados); PP (39 deputados); PR (37 deputados); PDT (26 deputados); PSB (25 deputados); PC do B (13 deputados) e PRB (10 deputados).

¹⁵ Fonte: <http://estadaodados.com/basometro/>

Capítulo 2

A parte P e a Parte E: quais as questões que importam?

Os modelos de avaliação econômica da popularidade consideram que o suporte público ao presidente varia conforme a performance econômica do governo. Nesse sentido, a aprovação resulta, quase sempre, da soma de efeitos políticos e econômicos, mas mantendo clara a predominância da economia e, sobretudo, das variáveis conhecidas como *big two*: inflação e desemprego¹⁶. Em resumo, o modelo macroeconômico prega que os eleitores classificam as políticas em ordem de relevância, julgam o desempenho do governo a partir de um padrão pré-estabelecido e o punem ou premiam considerando tal padrão como meta a ser atingida. A avaliação é, portanto a simples diferença entre as expectativas dos eleitores e os resultados econômicos obtidos pelo governo.

Nesse sentido, o modelo se sustenta na ideia de que os governantes são premiados ou punidos a partir da capacidade em produzir resultados econômicos satisfatórios (Key, 1966; Fiorina, 1981; Lewis-Beck, 1991). Por sua vez, os eleitores teriam a capacidade de identificar perfeitamente a exata responsabilidade do governo sobre as condicionantes econômicas. Assim, as ações dos cidadãos, como, por exemplo, o apoio ao mandatário e o voto seriam apenas meros reflexos de estímulos econômicos. A ideia é de que “economics moves political behavior” (Mackuen *et al.*, pág. 597, 1992).

Em outras palavras, “se a economia vai bem, o governo tende a ser avaliado positivamente e mantido, com o voto dos eleitores; se a economia vai mal, o eleitor avalia o governo negativamente e vota contra ele” (Carreirão, 1999, pág. 214). Nesse sentido, esforços em outras áreas não seriam recompensados, pois o julgamento sobre governos e o resultado das eleições dependeriam quase que exclusivamente dos fatores econômicos (Alesina, 1989; Berry e Howell, 2007).

Kramer (1971) foi pioneiro na identificação empírica da relação da conjuntura econômica com o voto. Ele observou que havia certa influência da economia sobre o resultado da

¹⁶ A justificativa para o predomínio dessas variáveis se deve ao fato delas serem presentes no cotidiano dos eleitores e exigirem baixo conhecimento para serem interpretadas.

eleição para o congresso americano. Enquanto o crescimento econômico beneficiaria os partidários do governo, o declínio da economia fortaleceria os congressistas da oposição.

Dessa forma, se a economia vai bem, principalmente, se a inflação está sob controle e o desemprego em baixa, o governo será bem avaliado. Caso contrário, quando a economia vai mal o governo sofre punição, o seu suporte público se esvai. Assim, a economia tem o potencial de predizer e condicionar a popularidade presidencial (Lewis-Beck e Stegmaier, 2000). Com base nisso, governantes emanam esforços para estruturar a política econômica visando agradar a opinião pública.

No entanto, a leitura da opinião pública sobre como o governo afeta a economia não é uniforme. Enquanto parte dos eleitores orientam seu julgamento pelo passado (avaliação retrospectiva) outros dão maior peso ao porvir (avaliação prospectiva). Com isso, os resultados econômicos do presente podem ser ruins, mas sem efeitos diretos a avaliação presidencial.

Além disso, os modelos econômicos buscam demonstrar se a leitura dos eleitores sobre a atuação presidencial está atrelada aos resultados econômicos nacionais (avaliação do tipo sociotrópica) ou se ela é condicionada pelos efeitos da economia na vida dos indivíduos, isto é, avaliação com base no bolso (*pocketbook*). Dessa forma, a popularidade tanto pode ser afetada por mudanças no bem-estar pessoal como, por exemplo, o desemprego (Kinder e Kiewiet, 1979) quanto pode ser resultante de questões meramente nacionais sem relação direta com o indivíduo (Kiewiet, 1983).

Porém, o efeito da economia está sujeita à imagem ideológica do governo, sua base eleitoral e a clareza acerca de suas responsabilidades políticas (Powell e Whitten, 1993). É a identificação, por parte dos eleitores, das responsabilidades do governo que irá motivar a avaliação sobre o desempenho do mandatário que, por sua vez, dependerá da percepção individual atrelada às experiências subjetivas. Com base nisso é que são construídos os critérios de recompensa ou punição.

2.1. Função Voto-Popularidade

A função voto-popularidade (VP) se apoia na hipótese recompensa-punição e, com isso, sustenta que resultados econômicos aliados a eventos políticos interferem diretamente na popularidade presidencial. A teoria da função VP (Voto – popularidade) se estrutura a partir da noção de que mudanças na economia alteram o suporte público sobre o governo (Paldam, 1991). Nesse modelo, a popularidade é considerada como variável dependente já os fatores econômicos (E) e políticos (P) formariam o conjunto de variáveis independentes. A partir disso, um conjunto de variáveis macroeconômicas aliadas a eventos políticos é utilizada para explicar a aprovação do presidente.

Nessa perspectiva, Mueller (1970) e Goodhart e Bhansali (1970) apresentaram aquilo que seria a primeira função popularidade. O objetivo era identificar os elementos que criam instabilidade na aprovação do presidente fazendo ela oscilar para baixo ou para cima, culminando na tentativa de compreender o voto. Para tanto, identificavam que a popularidade seria resposta aos resultados econômicos e, por sua vez, influenciaria as decisões econômicas do governo. Nesse exercício, as variáveis consideradas foram, principalmente, o desemprego, inflação e o tempo de mandato (Goodhart e Bhansali, 1970).

Na mesma linha, considerando que o voto é resultado da decisão de eleitores racionais, o trabalho de Kramer (1971) foi pioneiro na construção de modelo para identificar a relação do comportamento eleitoral com a economia. Para ele, as variações na economia influenciariam o resultado das eleições. O efeito político da economia ocorreria, principalmente, a partir de alterações na renda da população tendo baixa relação com a taxa de desemprego e inflação (Kramer, 1971).

Assim, nem sempre as funções voto-popularidade identificam a interferência das *big two*: desemprego e inflação sobre a popularidade presidencial. Além disso, há ausência de consenso sobre como essas variáveis devem ser medidas¹⁷. Dessa forma, por exemplo, há quem defenda que o desemprego (Hibbs, 1973) e a inflação não afetam a popularidade (Newman, 2002 e Geys; Vermeir, 2008), enquanto outros assegurem que o desemprego

¹⁷ No caso da inflação, por exemplo, há quem prefira utilizar a expectativa dos consumidores em vez de indicadores (Smyth *et al.* 1994).

(Mueller, 1970; Norpoth, 1987), a inflação (Frey, 1979) e gastos militares são fundamentais à variação do suporte público (Monroe, 1978) e, indo além, o impacto da inflação seria maior do que o percebido por meio do desemprego (Shienbaum e Shienbaum, 1982). Enquanto, Conover *et al.* (1986) identificam que a reação à variação na taxa de desemprego é mais rápida do que a reação quando a mudança acontece na inflação.

Por outro lado, há ainda quem prefira utilizar o crescimento econômico como variável independente (Nannestad e Paldam, 1994) ou a distribuição da renda para explicar o apoio ao governo (Kramer, 1971). Assim, em alguns casos, o crescimento econômico substitui o desemprego como variável explicativa da popularidade presidencial. Por outro lado, é preciso lembrar da relação inversa existente entre o desemprego e as variações no crescimento econômico (PIB) preconizada pela Lei de Okun. Além disso, Eichenberg e Stoll (2004) analisando a performance econômica do governo Bush, entre 2001 e 2004, não identificaram qualquer impacto significativo entre crescimento da distribuição de renda sobre a avaliação do governo e, por sua vez, Lewis-Beck e Mitchell (1990) não encontram forte relação do crescimento econômico com o voto. Nesse grande leque de variáveis existem até mesmo aqueles que diagnosticam a popularidade atrelada ao mercado de ações (Wisniewski *et al.*, 2009 e Fauvelle-Aymar; Stegmeier, 2013).

Assim, existiria consenso de que a economia afeta o suporte público, mas ele é acompanhado da impossibilidade de apresentar a real dimensão das variáveis econômicas, ou seja, o peso que cada uma possui na explicação da popularidade (Lewis-Beck e Paldam, 2000). Por sua vez, as variáveis políticas são qualitativas observadas em algum período do mandato, como, por exemplo, crises externas (guerras, impasses diplomático e ameaças) (Norpoth, 1987), ciclos eleitorais (eleição municipal), grandes eventos (Copa do Mundo e Olimpíadas), paralisia do governo e escândalos. Em parte, esses itens são avaliados a partir da relevância dada pela mídia. Assim, com todo esse conjunto de questões econômicas e políticas, a função VP pode ser descrita da seguinte forma:

$$VP = f(E, P)$$

Os dados que compõem as funções voto-popularidade são organizados em séries históricas com intervalos mensais (Lewis-Beck, 1980), trimestrais (Hibbs e Vasilatos, 1981) ou anuais (Lecailon, 1980). Em alguns casos, a análise é sobre apenas um governo específico enquanto outros apresentam maior cobertura incluindo diferentes países e períodos (Lewis-Beck, 1990). Os dados, também, podem ser desagregados para possibilitar compreender as especificidades existente dentro do país.

Porém, apesar do rigor metodológico, a primeira série de funções VP falhava ao não permitir generalizações, isto é, as funções estavam estritamente presas no tempo e espaço que haviam sido formuladas. Uma das dificuldades da generalização dos resultados provém da diferença cultural existente entre os países (hipótese cultural). Isso faz com que, por exemplo, haja sobrevalorização do peso dos eleitores egotrópicos nas análises americanas tornando-as, muitas vezes, sem validade para explicar o cenário de outras nações.

Por sua vez, Hibbs (1979) identificou que um dos fatores que proporcionava as restrições era a diferença no impacto das variáveis econômicas entre os indivíduos. Ele percebeu que quanto maior a aversão ao desemprego e inflação mais significativos seriam os efeitos políticos dessas variáveis. Conforme Hibbs: “voters' reactions to economic conditions and to other salient social and political issues are likely to vary significantly, however, because of differences in the objective, concrete interests at stake, and perhaps also because partisan attachments influence voters' perceptions and interpretations of politically relevant information” (Hibbs, pág. 144, 1989). Como a possibilidade de desemprego varia entre as classes sociais, a relevância dessa questão acaba não sendo a mesma entre a população (Hibbs, 1977). Trabalhadores mais pobres se tornam mais atentos a sinais que possam sugerir a possibilidade da redução de postos de trabalho.

Compreender a falta de homogeneidade do impacto das variáveis econômicas sobre os eleitores é importante porque, em alguns casos, o governo terá que optar pela redução do desemprego ou pelo controle da inflação. Isto porque como indica a “curva de Philipps”, há uma relação inversamente proporcional entre desemprego e inflação que faz com que a redução da primeira impacte negativamente sobre a segunda. Assim, muitas vezes, para controlar a inflação o governo deixa de patrocinar medidas que poderiam ampliar os postos de trabalho, como, por exemplo, a ampliação do crédito.

Com todas essas arestas é ingênuo supor que as funções voto-popularidade sejam robustas se não se aterem aos microfundamentos que impactam diretamente na popularidade presidencial. É preciso então que se compreenda as diferenças existentes entre as classes sociais e regiões de um mesmo país, como, também os processos envolvidos na construção da percepção sobre o governo como, por exemplo, a aquisição de informações. Por sua vez, será a diferença existente entre os grupos que irá fortalecer a criação de ciclos partidários e ciclos eleitorais (Hibbs, 1987; Nordhaus, 1975).

2.2. O efeito limitado da economia sobre a avaliação

Como vimos, há pouco mais de meio século pesquisadores tentam identificar os vínculos existentes entre a economia e a avaliação do presidente. No entanto, apesar dos avanços nas técnicas e no aprimoramento dos indicadores macroeconômicos a avaliação econômica ainda não confere um modelo que possa representar fidedignamente a popularidade em épocas e sistemas políticos distintos (Lewis-Beck e Paldam, 2000). Por exemplo, apenas os indicadores econômicos não dão base para uma explicação clara dos motivos da popularidade presidencial variar entre as regiões de um mesmo país. O que se tem percebido é que a compreensão sobre a importância de determinados indicadores é relativa, pois em alguns casos eles apresentam significância, enquanto, em outros não demonstram qualquer efeito sobre a popularidade.

A análise sobre países distintos demonstra que o efeito da economia no comportamento eleitoral é frágil (Powell e Whitten, 1993) variando conforme o contexto local (Lewis-Beck, 1988) sendo afetado pelas instituições, conhecimento político e por aspectos como afeto e cognição. Assim, Lewis-Beck (1988) aponta diferenças existentes entre os países quanto ao grau de interferência da economia sobre o suporte ao governo. Por exemplo, os efeitos seriam fortes na Grã-Bretanha e fracos na Itália. Paldam (1991) verificou através da análise de 197 eleições em 17 países a pouca interferência da economia na forma como os eleitores julgavam os candidatos.

A análise econômica, em alguns casos, falha quanto à sensibilidade, validade e realidade. A **sensibilidade** diz respeito à capacidade dos indicadores utilizados detectarem com perfeição as mudanças no exato momento que elas ocorrem. Seria necessário responder com exatidão qual o impacto da variação de variáveis como inflação ou taxa de desemprego sobre a popularidade. Por exemplo, a taxa de desemprego passando de 5% para 8% terá qual impacto sobre o suporte público?

Já a **realidade** é a possibilidade da variável utilizada produzir os mesmos resultados quando utilizada repetidamente para medir a popularidade. Porém, o impacto não tem sido o mesmo dependendo do governo. Isso tudo deixa dúvidas sobre a **validade**, ou seja, se os indicadores conseguem de fato ter consistência e constância sobre o apoio dedicado pela população ao presidente. Por isso, estudos aplicados em determinado local apresentam graves restrições quando são replicados em outros países.

Dessa forma, vários fatores interferem diretamente na capacidade da economia ampliar ou reduzir o suporte público do mandatário. Esses fatores se dividem em institucionais (sistema político) e comportamentais (cognição e afeto). Os componentes comportamentais são aqui definidos como microfundamentos da popularidade presidencial e serão discutidos com mais profundidade nos capítulos seguintes.

Por agora, o importante é compreender que a aprovação do mandatário é estritamente vinculada a percepção dos eleitores sobre as questões políticas e econômicas. Essa percepção, muitas vezes, está alheia a qualquer estímulo seja do governo, oposição ou da mídia. O seu principal ponto recai na definição sobre a responsabilidade governamental. É a partir do entendimento sobre quais são as atribuições do presidente que se erigem parâmetros para o julgamento do seu desempenho.

Por sua vez, as instituições operam para estruturar o cenário político em que o governo irá atuar. Elas são significativas para elucidar como será a ação do governo e como ela deve ser cobrada e interpretada pela população. Nesse sentido, é preciso entender que tanto as escolhas dos eleitores quanto as escolhas do presidente são moldadas pelas instituições.

Assim, as instituições são significativas para indicar aos eleitores como as ações do governo devem ser interpretadas (Powell e Whitten, 1993) e para interferir na condução do julgamento dos cidadãos sugerindo sanções ou premiações. Por exemplo, se não há a possibilidade de reeleição qual a importância de punir o mandatário? Para quê conduzir

avaliações retrospectivas se nenhum dos candidatos possui relação direta com o governante?

Por muito tempo modelos de popularidade do governo tem superestimado o contexto econômico na explicação do suporte público. Esses modelos se convencem de que todos governos, em todo momento, serão julgados pela sua capacidade de influir positivamente na economia. No entanto, para que isso ocorra seria necessário que cada mandatário tivesse as mesmas atribuições. Porém, é isso mesmo que acontece?

A resposta é não. Isso porque nem todo presidente tem controle direto sobre todos os aspectos da política macroeconômica. Em determinados países, agências independentes tomam decisões com impacto direto sobre a economia sem que estejam atreladas a agenda do governo. Isso é comum em locais onde existem agências reguladoras robustas e o banco central atua como órgão autônomo.

Em outros casos, o controle do presidente sobre a economia além de ser compartilhado com agências independentes está sujeito a intervenção de outros atores políticos. Isso irá depender do formato do sistema político. O sistema político diferencia o modo de agir dos governantes. Ele é fundamental para determinar a divisão de tarefas e possibilitar a identificação de quem é responsável pelo quê. No caso francês, por exemplo, onde existe um duplo executivo a popularidade do presidente e do primeiro-ministro serão motivadas por aspectos distintos (Anderson, 1995)¹⁸.

A mesma discrepância no julgamento do presidente será vista nos casos de governos de coalizão. Esse tipo de governo, em muitos casos, retira da figura do mandatário o controle unilateral da economia e de outras áreas centrais. Além disso, a coalizão possibilita que os acertos e erros sejam divididos com os partidos da situação. Como, também, as expectativas dos eleitores irão variar a partir da confiança que eles possuem sobre os componentes do governo. Dessa forma, em alguns casos, esses componentes são úteis para reduzir carências do presidente e fortalecer o apoio popular ao governo. Por exemplo, a baixa expectativa dos eleitores com relação ao desempenho do mandatário em determinada

¹⁸ Por outro lado, Gramacho (2008), analisando Portugal, identifica que o sistema político, no caso o semi-presidencialismo, não restringe a vinculação do chefe de governo com os equívocos econômicos, como, também, não serve para reduzir a punição.

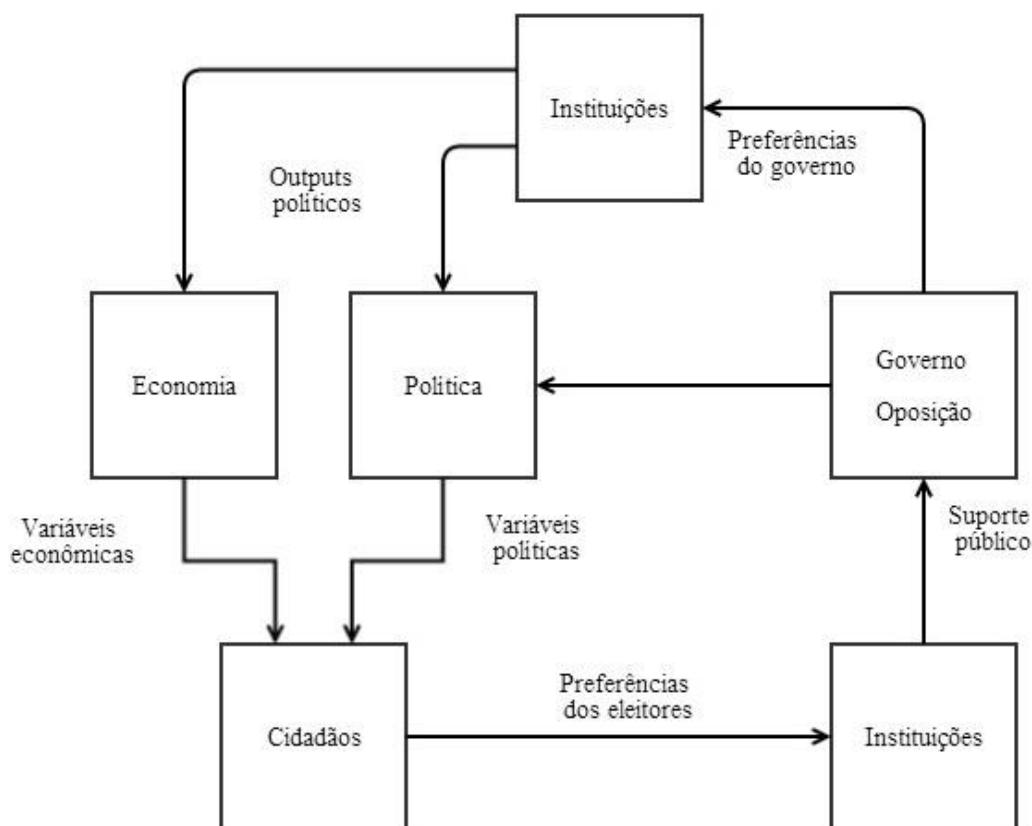
área – educação, defesa do meio ambiente, saúde, segurança pública – pode ser redefinida com a entrada de atores políticos com atuação respeitada nessa temática.

Em resumo, as ações desenvolvidas pelo governo e as decisões dos eleitores irão ser reflexo do contexto institucional do país. Conforme Anderson, “party systems, political events, and power relationships also differ across countries and are themselves subject to change over time. Given the fact that institutional structures and political contexts vary across democratic systems, what and how people think about politics vary as well” (Anderson, 1995, pág. 5). Por isso, em muitos casos, o efeito da economia sobre a popularidade dependerá de fatores políticos (Powell e Whitten, 1993).

Dessa forma, como descrito na Figura 1, o governo terá suas preferências, mas elas serão balizadas pelas instituições. Nesse sentido, os *outputs* políticos serão resultantes da vontade do governante e da sua capacidade de intervenção que é limitada pelo contexto institucional local. Por sua vez, os *outputs* políticos transformados em resultados políticos e econômicos interferem no bem-estar dos cidadãos. É preciso compreender que a solução de um problema por parte do governo gera novas demandas dos cidadãos. Assim, os *outputs* políticos impulsionam novas preferências dos eleitores que, também, irão ser delimitadas pelas instituições. Essas preferências não são estáveis, elas se alteram ao longo do tempo, em alguns casos, antes mesmo de serem adotadas pelo governo¹⁹. Por último, caso a demanda se transforme em *input* e possibilite novos *outputs* políticos, os eleitores, geralmente, a partir dessa ação optam por dar suporte público ao presidente.

¹⁹ A ausência da estabilidade nas preferências dos eleitores dificulta a comparação entre governos de períodos distintos.

Figura 1 - Sistema econômico-político



Fonte: Anderson (1995)

Em resumo, as instituições, além do formato do governo são responsáveis por condicionar as suas atribuições limitando a sua capacidade de agir e solucionar as demandas do público que, também, estão atreladas ao contexto institucional. Isso influirá sobre o suporte público, pois “political structures provide the basis of the structure of credit and blame for economic performance” (Anderson, p. 211, 1995). Por esse motivo, é possível afirmar que a influência da economia sobre a popularidade presidencial varia conforme o tempo e o contexto institucional do país.

Além disso, nem só da administração da economia vivem os presidentes. Em alguns países, o mandatário atua como gestor de serviços públicos e é cobrado para executar políticas sociais. Quanto maior for a atuação do governo, isto é, o seu grau de responsabilização com serviços públicos e assistenciais, menor será o impacto dos aspectos macroeconômicos. Por esse motivo, se a taxa de desemprego se mantém estável, mas a

percepção sobre a qualidade dos serviços públicos se altera as consequências serão sentidas sobre o suporte ao governo²⁰.

No caso particular dos países latinoamericanos, o efeito da economia sobre a popularidade e o voto seriam menores quando comparado ao peso que outras questões específicas têm para a opinião pública, como, por exemplo, a percepção sobre corrupção. Nesses países, “la cantidad de votos que el partido en el gobierno llega cosechar dependen de la capacidad gerencial demostrada por su principal líder frente a cuestiones externas a la esfera económica que de asuntos puramente económicos” (Echegaray, pág. 613, 1996).

O suporte público dos presidentes brasileiros deve ser analisado a partir dessas características peculiares. É preciso então observar a singularidade do poder executivo no Brasil, já que sob sua competência recai uma gama de políticas públicas. Na alçada do mandatário se debruçam, por exemplo, questões que envolvem a educação, saúde, segurança pública, entre outras. Isso faz com que, muitas vezes, o governante seja responsabilizado por problemas que vão desde o analfabetismo até o aumento das tarifas de ônibus²¹. A Tabela 1 apresenta o que deveria ser, conforme a opinião dos eleitores, as principais áreas de investimento para o governo.

²⁰ Nesses casos, em que as principais medidas do governo extrapolam a simples gerência da economia, os modelos econômicos da popularidade costumam não reconhecer a interferência dessas ações sobre o suporte público.

²¹ É preciso ainda que se lembre da ausência de algumas variáveis econômicas para o caso brasileiro. Como, por exemplo, os efeitos políticos da desvalorização do câmbio. A flutuação do dólar é central para a classe média, o real desvalorizado inibe viagens ao exterior e encarece produtos importados. Já para os mais pobres essa questão é secundária não merecendo grande atenção. Dessa forma, problemas característicos da economia brasileira não são bem retratadas pela literatura que discute o impacto da política macroeconômica com a popularidade.

Tabela 1 - Principais áreas onde o governo deve investir

Áreas	%
Saúde	43,0
Educação	35,8
Segurança	6,6
Ajuda aos pobres	5,3
Aposentadoria	3,4
Infraestrutura (obras públicas, estradas, ruas, esgoto/saneamento básico)	2,7
Habitação	2,4
Meio ambiente	0,9
Total	100,0

Fonte: Barômetro das Américas - 2012

Além disso, é preciso lembrar que, em boa parte da América Latina, os governos são menos estáveis e os partidos políticos apresentam baixa influência sobre o eleitor mediano. Isso dificulta, por exemplo, a utilização de análises prospectivas já que, geralmente, as agendas partidárias são praticamente idênticas.

Vale lembrar que a descrença nas instituições políticas é algo comum entre os eleitores latino-americanos e isso, muitas vezes, faz com que se tenha insatisfação – mesmo que não justificada – com o governo. O eleitor mediano apresenta visão negativa da classe política e isso, frequentemente, faz com que ele mantenha certo receio dos governantes.

Já os partidos políticos latino-americanos como, geralmente, são movidos estritamente por interesses eleitorais, oposição e situação acabam não sendo categorias estáticas. Isto é, em muitos casos, quem se opõe ao presidente hoje pode passar a apoiá-lo amanhã. Nesses países, geralmente, a identificação partidária não apresenta grande impacto sobre a popularidade do incumbente.

Essa ausência de diferenciação entre os partidos tem como efeito a personificação das disputas políticas. Por sua vez, o personalismo faz com que, em alguns casos, o carisma tenha muito mais efeito sobre a popularidade do que os resultados econômicos colhidos pelo governante. O carisma presidencial possibilita governos com inícios mais tranquilos e período maior de *honeymoon* (Beck; Carr; Walmsley, 2012). As características pessoais do presidente possibilitam que apesar das mesmas circunstâncias econômicas o suporte

público dos governantes não seja equivalente. É nesse sentido, que Ferreira e Sakurai (2013), analisando a popularidade do governo Fernando Henrique Cardoso e Lula, concluíram que mesmo controlando a economia e o cenário político a aprovação do presidente Lula continuava acima da obtida por Fernando Henrique Cardoso.

Como já dito, a economia não é o único fator que impacta na popularidade do governo. Ela é relevante para ampliar ou reduzir o suporte público, porém seus efeitos são limitados pela percepção dos eleitores e sua capacidade de vincular os resultados à interferência do governo. A relação entre aprovação e economia só irá permanecer quando os eleitores perceberem a responsabilidade do governo sobre os resultados econômicos (Anderson, 1995). Se não existe a percepção de que o governo seja culpado por prejuízos econômicos a relação economia/ suporte público deixa de existir. Por exemplo, os problemas econômicos nacionais podem ser interpretados como provocados por eventos externos ao país sem qualquer relação com a atuação do presidente²².

Essa diferença na percepção faz com que, geralmente, se estabeleça assimetria no julgamento dos eleitores sobre o desempenho do incumbente possibilitando, por exemplo, que os efeitos políticos da economia sejam mais perceptíveis em períodos de crise do que em períodos de prosperidade (Bloom e Price, 1975). Em decorrência disso, se não há grave crise econômica (recessão, aumento do desemprego e hiperinflação) a popularidade será resposta apenas de questões políticas.

É a percepção dos eleitores sobre quais são os principais problemas nacionais, como esses problemas afetam as suas vidas e como o governo deve agir para solucioná-los que distancia as interpretações sobre o desempenho do presidente. O reflexo é visto nos níveis diferentes da popularidade presidencial entre as regiões do país ou entre os componentes de uma mesma classe.

Cada sujeito possui um conjunto de experiências subjetivas que orienta as expectativas sobre o governo (análises prospectivas) que os torna mais tolerantes ou complacentes as ações do presidente. Se os indivíduos têm predisposição a hostilizar as ações do governo cada falha da administração irá servir para justificar o seu ponto de vista previamente

²² Nos últimos anos, o estreitamento das relações econômicas entre os países e o aumento das informações sobre a economia internacional tem fortalecido a ideia de que eventos econômicos externos ao país podem dificultar a ação do governante refletindo diretamente sobre o suporte ao presidente (Burden e Mughan, 2003).

estabelecido. Por outro lado, se houver vínculo afetivo dos eleitores com o mandatário é grande as chances dos equívocos do governo serem relativizados.

Essas experiências individuais são responsáveis pelas expectativas que os eleitores nutrem sobre o governante ou pelo futuro do país. Principalmente, a expectativa sobre ampliação do poder de compra possibilita aumento do suporte público do presidente (ver Tabela 6). A expectativa varia conforme o decorrer do mandato e com ela oscila a popularidade do mandatário. Por esse motivo, quando o governo se apresenta como detentor de grande capacidade para promover mudanças mais criticado ele será no momento que os resultados não aparecerem. O nível de expectativa, também, será significativo para compreender o comportamento do eleitor. Cidadãos que nutrem baixa expectativa acabam sendo mais atentos as medidas implantadas pelos governantes (Popkin, 1991). Essas questões voltarão a ser discutidas nos capítulos seguintes.

Por ora, é preciso compreender que entre os efeitos das distorções na atenção sobre as questões públicas e baixa motivação para buscar informação está a criação de um conjunto de eleitores “míopes” que costumam ignorar os resultados que as ações governamentais possam ter a longo-prazo. Tais eleitores são facilmente conduzidos por aspectos do passado ou ludibriados com resultados expressivos do presente e, conseqüentemente, acabam sendo “vítimas” de ciclos econômicos-eleitorais. Enquanto isso, eleitores mais sofisticados utilizam com mais intensidade avaliações prospectivas (Roeder, 2004).

Essa desatenção dos indivíduos reduz a capacidade de leitura sobre a ação governamental e dificulta a definição sobre quais questões são relevantes. Por conta disso, muitas vezes, o suporte público se mostra inerte as mudanças nas variáveis econômicas ou uma variável que hoje afeta diretamente a popularidade passa a ter efeito desprezível amanhã.

O fato é que a aprovação do presidente não é fruto de análises balizadas por critérios racionais e estáveis. Não são os resultados em si que importam, pois cada eleitor mantém sua própria interpretação que, muitas vezes, não condiz com a realidade. Diante disso, é possível dizer que o suporte público é fruto da percepção dos eleitores sobre grandes eventos, falhas políticas e performance econômica (Brody, 1991).

Assim, é preciso compreender que por trás da percepção política dos cidadãos há um conjunto de fatores cognitivos e afetivos que direcionam a atenção dos eleitores e imprimem a forma como as informações serão processadas. O conhecimento político será

reflexo dessas condicionantes e, ele, por sua vez, influenciará diretamente a forma como os governos serão vistos pelos eleitores. Com base nesses fatores, aqui indicamos que as variações no suporte público presidencial não são motivadas apenas pela leitura fria de resultados e indicadores econômicos, mas, sobretudo, pelas interpretações que os eleitores fazem desses resultados e indicadores. Essas questões serão apresentadas nos próximos capítulos.

Capítulo 3

Opinião Pública: como os eleitores formam a opinião sobre o desempenho do governo

A literatura sobre comportamento político é composta por perspectivas opostas que visam identificar a estrutura das escolhas políticas, sobretudo, as determinantes do voto. Em comum, tais correntes lançam e ampliam significado substancial ao voto, além de apresentá-lo como expressão final de um longo processo político constituído por etapas não tão bem definidas. Desse modo, cabe aqui delimitar o espaço de cada corrente buscando compreender os matizes do julgamento político.

Os estudos sobre o comportamento eleitoral podem ser divididos em três grandes escolas: modelo sociológico, também, conhecido como Escola de Columbia tendo como referencial principal Lazarsfeld e a obra *The People's Choice* voltada à compreensão do impacto dos fatores sociais sobre julgamentos; o modelo psicossocial ou Escola de Michigan com Campbell e Converse e sua obra *The American Voter*, onde a identificação partidária é elemento central no percurso para a explicação do comportamento dos eleitores; por último e não menos importante se apresenta a teoria da escolha racional, Escola de Rochester ou conhecida ainda como modelo do voto econômico tendo como pilar central Downs e sua obra *Teoria Econômica da Democracia*, o modelo do voto econômico. Nas próximas seções iremos abordar como essas três correntes se estruturam e suas limitações. A partir daí apresentaremos a perspectiva *bounded rationality* que é onde essa tese se encaixa.

3.1. Modelo sociológico

Para compreender o modelo sociológico é necessário partir de três obras essenciais: *The People's Choice* (1944), *Voting* (1954) e *Personal Influence* (1955). Tal modelo, liderado por Lazarsfeld, se notabilizou, sobretudo, por possuir aparato investigativo *sui generis*. A inovação partia do uso de *survey* para compreensão da eleição presidencial americana.

A análise inicial, elaborada pelo modelo sociológico, remetia aos efeitos dos meios de comunicação no processo de escolha eleitoral. Com isso, entre outras coisas, media os efeitos do *mass media* no direcionamento do comportamento e modelagem das decisões eleitorais. Assim, a obra inaugural, *The People's Choice* mede, por meio de painel, ao longo do período eleitoral a mudança de posição entre os eleitores dividindo-os em três grupos: aqueles com posição definida antes do início da campanha; os que definiram o voto no momento da convenção partidária e os que escolheram em quem votar no decorrer da campanha.

The People's Choice é impulsionada pela premissa de que o voto é decisão individual, sendo determinado pelas condicionantes psicológicas do eleitor e pela sua exposição aos meios de comunicação. No entanto, os resultados obtidos indicaram que a influência da mídia era diminuta, enquanto as relações sociais estabelecidas pelo eleitor prevaleciam sobre o direcionamento do julgamento político. Assim, Lazarsfeld et al. (1968) conclui que o impacto da campanha eleitoral é superestimado, pois a pesquisa demonstrou que as predisposições iniciais do indivíduo são as que prevalecem.

Dessa forma, dos 600 eleitores que participaram da pesquisa, apenas 54 mudaram de opinião no decorrer da campanha. Esse pequeno grupo fazia parte daqueles previamente denominados de “independentes”, ou seja, rejeitavam com a mesma intensidade os dois candidatos. No entanto, devido às pressões sociais, tais eleitores acabaram optando por um lado da disputa.

Nesse sentido, para as campanhas, ficariam reservadas funções básicas como, a ativação dos indiferentes, o reforço dos vínculos de identificação partidária e a cooptação dos indecisos. A pesquisa apontou que o maior impacto das campanhas era o de forçar posições já pré-estabelecidas. “In sum, then, this is what the campaign does: reinforcement (potential) 53%; activation 14%; reconversion 3%; partial conversion 6%; conversion 8%; no effect 16%” (Lazarsfeld *et al.*, 1968, p. 103).

Todavia, isso não significa que as campanhas sejam insignificantes. Observando as eleições presidenciais, o estudo de Lazarsfeld *et al.* (1968) indica que apesar da baixa capacidade de modificar opiniões, as campanhas cumprem papel essencial para solidificar a opinião dos simpatizantes, por sua vez, são esses indivíduos que irão pressionar – muitas vezes, utilizando o discurso da campanha – os indecisos.

Dessa forma, é desmentida outra premissa até então bastante difundida, a de que quanto menos sofisticado for o eleitor mais suscetível ele será a deixar-se levar pelos encantos da campanha. Campanhas afetam em maior intensidade os eleitores sofisticados, pois são eles que dispensam atenção, sendo esse pré-requisito básico para ser atraído pelo discurso da propaganda.

No entanto, o avanço obtido pelo modelo sociológico foi desmistificar a penetração dos esquemas persuasivos difundidos pela estratégia de campanha. A indução de ideias em profusão buscando o convencimento do eleitor se mostrou inofensiva perante a coerção exercida pelos grupos sociais.

Assim, os grupos sociais imprimem a sua lógica de ação deslocando a órbita da percepção política do indivíduo. As percepções e atitudes políticas individuais são assim resultantes de constrangimentos edificados pelo grupo ao qual é mantido vínculo.

Nesse processo, os líderes de cada agrupamento são essenciais para abalizar diferentes perspectivas e filtrar aquilo que mais se adéqua aos interesses do grupo. Assim, os grupos sociais desempenham papel ímpar na convergência e fixação dos eleitores sobre determinado posicionamento político. Isso se concretiza por meio da mediação efetivada por líderes de opinião que interpretam e disseminam informação para os eleitores menos sofisticados. Esse processo foi denominado de *two step flow of communication*:

A special role in the network of personal relationships is played by the 'opinion leaders'. In chapter V, we noted that they engaged in political discussion much more than the rest of the respondents. But they reported that the formal media were more effective as sources of influence than personal relationships. This suggest that ideas often flow from radio and print to the opinion leaders and from them to the less active sections of the population (Lazarsfeld et al., 1968, pág. 151).

Dessa forma, como se percebe os resultados obtidos por Lazarsfeld et al. (1968) vão de encontro a hipótese inicial apresentada por eles, qual seja, o voto como fenômeno descolado das relações sociais de cada indivíduo. A conclusão final é de que o comportamento eleitoral é erigido por variáveis como classe social, religião e local de moradia.

Desse modo, a pesquisa demonstrou que as pressões advindas dos grupos que o indivíduo integra são essenciais na construção da sua compreensão dos fatos políticos e no seu processo de escolha eleitoral. Nesse sentido, as relações sociais estabelecidas dificultam que argumentos lançados no período eleitoral revertam opiniões cristalizadas. De acordo com Lazarsfeld et al. (1968), menos de 10% dos eleitores observados na pesquisa mudaram de opinião durante a campanha. Vale destacar que o efeito conversão pôde ser notado apenas entre aqueles considerados “independentes”, isto é, eleitores com praticamente mesmo nível de aprovação para todos os candidatos.

Nesse sentido, demonstra que a opinião dos eleitores é condicionada pela pressão exercida por grupos a qual eles pertencem (Lazarsfeld et al., 1968). Entretanto, esse cenário só seria possível em um mundo departamentalizado com indivíduos sem múltiplas identidades onde cada eleitor se vincularia apenas um grupo que, por sua vez, necessitaria ser coeso. Dessa forma, a política no modelo sociológico não é, portanto, espaço para múltiplos atores com múltiplas questões.

Se a política é orientada por atores segmentados, o comportamento eleitoral nada mais é do que a relação de um conjunto de indivíduos vinculados pela identidade orientados por um líder que atua como porta-voz e interprete das causas em disputa. Nesse esquema, o voto é compreendido como a resultante da somatória de forças exercidas pelos líderes de opinião sobre os membros do grupo.

Assim, o foco do modelo sociológico é a relação celebrada entre grupos possibilitando trocas de pontos de vista entre os líderes, pois é daí que surge o ponto inicial para compreender mudanças no comportamento político dos eleitores. Desse modo, a análise sobre o *flow of mass communications*, ou seja, a leitura de como se estabelece a mediação exercida pelos líderes de opinião na relação entre os eleitores e o *mass media* centraliza a discussão sobre as condicionantes do voto.

Vale destacar que o *flow of mass communications* é brevemente apresentado no último capítulo da obra *The People's Choice* sendo mais tarde melhor abordado em *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (1955). Nesse último trabalho, nota-se de forma mais nítida o processo, executado pelos líderes de opinião, de tradução das mensagens enviadas pelo *mass media* e como tais mensagens são replicadas para os componentes do grupo, muitas vezes, com ruídos que dão caráter

próprio a leitura política e prestígio a cada liderança. Assim, tais líderes ocupam posição vital na interpretação do ambiente político, conseqüentemente, na construção do voto.

A eleição presidencial de 1948 serviu para buscar responder indagações que surgiram ou que não foram suficientemente solucionadas com os dados da pesquisa anterior. Com os dados dessa nova pesquisa, em 1954, é lançado *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Essa pesquisa pretendia ir além da realizada anteriormente suscitando o debate sobre o papel das redes sociais na distribuição de atalhos informacionais do ambiente político.

Assim, a pesquisa demonstra o papel da classe social, religião, raça e local de residência na orientação do voto. No princípio há tentativa de demonstrar capacidade de decisão desvinculada de princípios abstratos e orientada por critérios inteligíveis de predomínio do bem-estar coletivo. Todavia, o resultado final é de que os eleitores acabam recorrendo e aceitando as diretrizes dos grupos que os constituem, principalmente, por cederem as pressões exercidas pelos mais próximos²³. Seria assim, o voto resultado do constrangimento.

O retorno às bases, ou seja, a adoção da opinião predominante ao grupo que o indivíduo faz parte é definido por Lazarsfeld et al. (1954) como fenômeno da reativação. Tal fenômeno ocorre quando os eleitores ao demonstrarem suas dúvidas aos mais próximos são persuadidos pelo discurso aceito e erigido pela maioria do grupo.

Nessa segunda pesquisa, Lazarsfeld et al. (1954) avançaram ao abordar os efeitos – com mais rigor metodológico – das temáticas desenvolvidas durante a campanha. A análise efetuada compreendeu a posição dos atores aos temas retratados durante o período eleitoral. Os temas foram classificados pelo tipo de informação empreendida: econômicos, voltados basicamente a questões locais (*position issues*) e políticos, cujo foco era a conjuntura internacional (*style issues*).

Além disso, a pesquisa mostrou ainda que a direção da leitura dos temas abordados evidenciava certa segmentação no eleitorado. Todavia esse processo era orientado e não aleatório sendo condicionado, sobretudo, pela identificação partidária, classe econômica e grau de interesse pelas eleições. Dessa forma, era possível haver o mesmo entendimento

²³ De qualquer forma o papel da identidade deve ir além de constituir como elemento coercitivo. O discurso da identidade é formatado, muito mais, por apelos afetivos do que constrangimentos.

acerca das questões políticas e desacordo sobre quem seria o mais capacitado a solucioná-las. Nesse sentido, a divergência entre os eleitores prevalecia nas expectativas geradas pelos candidatos. Assim, quanto mais o eleitor se apresentava com vínculo partidário maior era capacidade de ele rejeitar os apelos da oposição.

Nesse sentido, a identificação partidária atuaria como indutor a conclusões sobre o ambiente político. Desse modo, apesar de irem por caminhos opostos, no final, aqueles com a mesma identificação chegam aos mesmos resultados. Isso ficou claro para Lazarsfeld et al. (1954) ao perceber a facilidade com que os eleitores distorciam a posição do partido para adequá-la as suas crenças. Sendo assim, a percepção política é volátil ajustada pela conveniência do eleitor e suas predisposições partidárias.

O esforço de Lazarsfeld et al. (1954) na compreensão do comportamento eleitoral, realizado nesse segundo estudo, esboça um modelo sociológico aliado a princípios democráticos. Dessa forma, as características investigadas são as esperadas em uma democracia, como, por exemplo, liberdade de organização, participação e troca de informações.

No entanto, a conclusão foi de que, em sua essência, os eleitores não acompanham as reivindicações democráticas. Na maioria dos casos, o conhecimento e interesse pela política eram baixos. Além disso, as decisões não eram determinadas por critérios racionais. “In short, it appears that a sense of fitness is more striking feature of political preference than reason and calculation” (Lazarsfeld et al. 1954, p. 311).

Apesar disso, o cenário não é negativo, pelo contrário, pois é o enfraquecimento dos ditames democráticos que impedem o colapso do sistema. Sendo assim, a cisão que pode vir a ser provocada pelo acentuado grau de interesse pela política é mais perniciosa do que o desinteresse observado em uma parcela da sociedade. Assim, a ampliação do interesse e da motivação concorrem para um cenário de intenso conflito onde os diversos grupos disputam espaço para promover seus interesses.

Vale ressaltar que o modelo sociológico apresentado por Lazarsfeld et al. (1954) desenvolve abordagens que abrangem processos psicológicos. Essa abertura, posteriormente, foi amplamente divulgada e desenvolvida pela escola de Michigan no que ficou conhecido como abordagem psicossocial.

Assim, o modelo psicológico, em parte, é uma tentativa de superar as limitações do modelo sociológico. Tais limitações seriam, sobretudo, derivadas da fragilidade de capturar o ponto de convergência dos estilos políticos, a ausência de transição, suscitando, certa estabilidade infensa a qualquer tipo de desventuras ou dita pessoal. Por sua vez, o modelo psicossociológico apresenta saídas as lacunas deixadas entrelaçando a leitura dos fatores de longo prazo com os de curto prazo.

3.2. Modelo psicossocial: escola de Michigan

O modelo psicossocial parte da análise sobre distorções transeuntes que indicam mudanças comportamentais. Assim, a questão central orbita sobre a configuração da identificação partidária como refluxo a rigidez presente no modelo sociológico. O modelo, como é concebido, atualmente, remete a análises das eleições presidenciais americanas de 1948 fomentadas pelo Survey Research Centre da Universidade de Michigan.

Nesse sentido, o passo inicial é apresentado em *The People Elect a President* (Campbell; Kahn, 1952). Em comparação com o modelo sociológico, o rigor metodológico e a capacidade explicativa dos estudos desencadeados pela escola de Michigan são bem superiores. Enquanto *The People's Choice* (1944) apresentava amostra limitada, a pesquisa promovida pela escola de Michigan ampliava a leitura com um levantamento nacional.

Os estudos iniciais do modelo psicossocial englobam o período de indecisão do eleitor, a geografia do voto e percepções sobre as atitudes dos candidatos. As variáveis observadas são densidade da população, riqueza, ocupação, idade, sexo, educação, raça e religião. No entanto, a principal contribuição dada por Campbell e Kahn (1952) remete ao papel dos partidos e da identificação partidária que até aquele momento era subjugada. Assim, os estudos que daí decorreram tiveram a função de entender como a identificação partidária opera no comportamento político.

A partir disso as análises desenvolvidas pela escola de Michigan recaíram sobre a identificação partidária. Os estudos sobre as eleições presidenciais de 1952 e, principalmente, 1956 resultaram na obra *The American Voter* (Converse et al. 1960). Tal obra demonstra “the behavior of the American voter as presidential elector can be described initially as a response to psychological forces” (Converse, 1960, pág. 120).

The American Voter delimita uma nova etapa na compreensão do voto. Ao discorrer sobre o papel da percepção transcende modelos explicativos da adaptabilidade estratégica do voto trilhando o caminho da aprendizagem e percepção como alicerce do debate político. Nesse cenário, a identificação partidária é elemento preponderante e indicativo base do comportamento eleitoral²⁴.

Desse modo, a identificação partidária é resposta ao reconhecimento de elementos conhecidos desde o processo de socialização. Assim, a identificação partidária é central à concepção de um comportamento, em certa medida, deduzível e estável, contudo não reduz a capacidade de escolha. Nesse sentido, “in characterizing the relation of individual to party as a psychological identification we invoke a concept that has played an important if somewhat varied role in psychological theories of the relation of individual to individual or of individual to group” (Converse et al. 1960, pág. 121).

Converse et al. (1960) desenvolvem um modelo explicativo que remete a figura de um funil para descrever como a identificação partidária se desenvolve. Nesse modelo, o primeiro passo – a entrada no funil – se dá por meio da socialização, a referência inicial é, sobretudo, a visão desenvolvida pelos pais. A partir daí se adquire o vínculo partidário e a capacidade de interpretar as nuances do jogo político. O partido assume a função de orientar o eleitor por meio de sugestões simples e de fácil acesso.

Nesse sentido, a identificação partidária se alimenta do laço estável e duradouro celebrado entre o eleitor e o partido. No entanto, a estabilidade pode ser interrompida quando surgem mudanças acentuadas no contexto social em que o indivíduo vive ou, também, pode ser desfeita por forças sociais, sendo essas, geralmente, expressões de convulsões sociais.

A percepção política desencadeada pelo partido determina a leitura dos temas da campanha, a forma como se dá a avaliação dos candidatos e a disseminação das

²⁴ Vale ressaltar que “*The American Voter*” inaugura, em uma época de limitada tecnologia, base metodológica referencial daquilo que viria a ser o American National Electoral Studies – ANES.

informações absorvidas. Dessa forma, o modelo funil compreende os fatores periféricos como, por exemplo, valores e a contribuição dos diversos grupos que o indivíduo se conecta como, também, salienta os fatores centrais, ou seja, aqueles que incidem diretamente no cotidiano do eleitor. Dessa forma, a identificação atua como filtro tanto dos fatores periféricos quanto dos fatores centrais, tendo como resultante desse processo o voto.

Como já dito, as mudanças na identificação partidária são incertas, pois não partem de decisão unilateral do eleitor e sim de fatores não controláveis. Além disso, súbitos acontecimentos políticos dizem mais sobre a opção eleitoral sem incidir na identificação partidária. Isso se deve ao filtro da identificação retroalimentar a visão sobre o partido podendo ser alterado apenas em longo prazo.

Nesse sentido, a identificação não é suscetível a pequenos desalinhos de perspectivas entre o eleitor e o candidato. Ela se mantém até mesmo quando não resiste a intempéries que levam o eleito a votar em candidatos de outros partidos. Desse modo, são fatores sociais mais profundos e mudanças agudas no contexto social, político e econômico que envolve o eleitor as causas determinantes de alterações na valência da identificação partidária.

Essa cristalização da identificação partidária é o ponto nevrálgico do modelo psicossocial. Para os críticos, o papel dos partidos foi apontado como supervalorizado, principalmente, pela dificuldade de visualizar a coesão em torno do partido em sistemas multipartidários. Além disso, ao longo do tempo o que se percebeu até mesmo nos Estados Unidos foi o enfraquecimento dos partidos na direção de questões centrais determinantes no cotidiano do eleitor.

Com isso, a persistência sobre a imutabilidade da identificação partidária cai por terra quando se percebe o aumento de eleitores tomando decisões desarticuladas de qualquer conotação partidária sem que seja perceptível grandes mudanças nos fatores de longo prazo. Dessa forma, a incredulidade paira sobre a real dimensão da estabilidade apregoada pela escola de Michigan.

A conectividade ao partido só seria estabelecida ou renovada nos períodos eleitorais (Dalton, 2000). Assim, passada as eleições à influência partidária seria praticamente nula e sem peso na leitura do jogo político. Desse modo, o voto é tratado como processo contínuo – voto retrospectivo – extemporâneo e infenso aos estímulos partidários. Dessa forma, para

o voto retrospectivo resultados econômicos dizem mais sobre escolhas políticas do que a cor partidária que o indivíduo possui. Daí advém a ideia de que é necessário lançar sobre o voto uma concepção mais ampla, ou seja, vai além do reducionismo psicossocial e contempla as sutilezas do sistema político como, também, amplia o foco sobre o processamento informacional percebendo as escolhas políticas dentro de uma estratégia racional.

3.3. Teoria da escolha racional

A teoria da escolha racional apresenta o comportamento eleitoral como regido por forças semelhantes aquelas que determinam as relações econômicas. Assim, as preferências e escolhas políticas são elencadas sob quase a mesma perspectiva da compra e venda de produtos. Consumidor e eleitor se apresentam como detentores de um mesmo objetivo, ou seja, maximizar os seus benefícios particulares em detrimento de qualquer outra atitude caracterizada como irracional.

A base do modelo de escolha racional foi apresentada por Downs (1999) na obra “Uma Teoria Econômica da Democracia” onde empresas e partidos políticos, consumidores e eleitores são investidos do mesmo caráter com fins bem definidos. Assim, o modelo se consolida sobre três princípios básicos: (1) as duas pontas do processo eleitoral, isto é, eleitor e candidatos atuam orientados pela expectativa racional de maximização de ganhos; (2) o que decorre do processo eleitoral é previsível e coerente ao somatório de interesses do eleitor e a capacidade de realizá-los de cada candidato; (3) por outro lado, é presumível a existência de vias opostas que conduzem ao mesmo caminho, ou seja, candidatos com soluções opostas para problemas comuns.

Nesse sentido, é importante compreender qual conotação é dada ao conceito de racionalidade. Assim, racionalidade seria a capacidade de analisar plenamente o cenário político e fazer escolhas com critérios claros determinados pela exigência de ampliar,

sobretudo, benefícios econômicos. Desse modo, “a função política das eleições numa democracia, presumimos é selecionar um governo. Portanto, comportamento racional vinculado às eleições é comportamento orientado para esse fim e nenhum outro” (Downs, 1999, pág.29).

Por sua vez, a função primordial dos partidos seria a de compor o governo. Partidos concorrem entre si pela atenção do eleitor embalados pela expectativa de obter o poder. Dessa forma, a finalidade é, estritamente, desfrutar das vantagens resultantes do poder. Tal ânsia está acima de qualquer programa e convicções ideológicas. Por sinal, programas partidários, na teoria da escolha racional, são reduzidos a mero compilador de abstrações retóricas que permitem distinguir um partido de outro.

Assim, o guia maior de todos aqueles que almejam o poder seria se alinhar ao interesse público. Não há qualquer altruísmo nos partidos políticos e sim diretrizes que se ordenam a cada manifestação da opinião pública. Nesse sentido, a disputa entre dois partidos se resume a simples disputa por cargos públicos pautada pela tentativa de satisfazer os desejos do eleitorado. No entanto, isso não quer dizer que todos os partidos utilizem o mesmo discurso. Pelo contrário, a diferenciação atua como mecanismo para mobilizar e vincular o eleitor ao partido. Daí advém a adoção de ideologias e estilos de ação distintas para manter o eleitor cativo e coeso.

Nesse sentido, a concorrência entre os partidos fomenta a crença existente entre os eleitores de forças opostas com posições bem delimitadas. Por sua vez, as oportunidades de escolhas e preferências deslocam atributos do eleitor ao partido, ou seja, a disposição das questões são resignificadas como voluntárias. Em outras palavras, perspectivas do indivíduo são transferidas por ele mesmo ao partido.

Como já dito, o modelo racional apresenta a escolha eleitoral como processo de decisão entre alternativas. O voto é a resultante dos benefícios em jogo, ou seja, se a diferença entre benefícios esperados por um partido e os efeitos negativos que ele possa trazer for maior do que a diferença dos concorrentes tal partido será merecedor do voto.

Dessa forma, exige forças diametralmente opostas atuando sobre um mercado político. Contudo, não prevê cenários de diluição da oposição que permitem ao governo agir sem reportar ao público sobre as decisões tomadas. As limitações da oposição por não contar com a máquina administrativa são, também, lançadas em segundo plano. Desse modo, se o

governo é péssimo e, conseqüentemente, mal avaliado, porém, por sua vez, o candidato da oposição não apresenta propostas claramente direcionadas a agradar o eleitor, o modelo da escolha racional perde a capacidade de explicar o resultado eleitoral.

A ideologia como estratégia de distinção busca ampliar o alcance e fortalecer laços com os eleitores. Assim, quanto mais inserido em questões ideológicas for o eleitor maior a vinculação a determinado partido. Aliado a ideologização vem a segmentação partidária, isto é, diversificação das questões políticas visando atingir as várias camadas que compõem a sociedade. Ao abrir o leque das opções políticas os partidos fracionam o eleitorado para mobilizá-los em torno de pontos específicos ao grupo que eles pertencem.

Nesse ponto, no “mercado político” a ideologia preenche uma lacuna essencial, pois ela fideliza e orienta o eleitor sobre a capacidade do partido manter a coerência sobre objetivos específicos. Tal lacuna preenchida pela ideologia é vital por sinalizar como será o partido quando esse for governo. Dessa forma, para a escolha racional, a ideologia é um atalho que reduz o custo informacional dando sugestões de como atuar no ambiente político.

O voto é tratado como uma ferramenta que potencializa ganhos, sob esse prisma a escolha premia ou pune determinado partido. Assim, a partir da crença no papel transformador da eleição é que se estabelece a incitação ao voto útil. Com isso, cada eleitor usaria o voto para manter ou afastar partidos do governo. O voto útil se desloca na escala de importância impulsionada, mormente, pelas expectativas criadas pelos partidos. Desse modo, em uma eleição disputada por três partidos pode ser mais útil votar contra um deles (para barrar a ascensão ao governo) do que votar naquele em que se tenha predileção.

A utilidade dada ao voto será proporcional as expectativas geradas durante a campanha. Nesse sentido, quanto maior forem as expectativas mais comprometidos em ampliar a utilidade do voto serão os eleitores. Eleições cuja capacidade de provocar interferências na vida do eleitor é diminuta acabam reduzindo o interesse e motivação para ponderar o voto ficando perceptível no aumento de abstenções e votos nulos.

Blais (2000) acredita que a capacidade explicativa do modelo da escolha racional tem severas limitações para descrever o comportamento eleitoral. O estudo elaborado por Blais (2000) identificou que o número daqueles cujos votos são baseados em cálculos de custo e benefício representa apenas diminuta parcela do conjunto de eleitores. A outra parcela vota

apenas por ser compelida por fatores externos como, por exemplo, a obrigação jurídica que aplica sanções aos que se abstém.

Assim, a análise de Blais (2000) diverge no entendimento sobre a motivação e os critérios que definem a escolha eleitoral. Para ele, o uso de argumentos inteligíveis na concepção da escolha entre diversos candidatos é dependente da inserção e percepção de responsabilidade que esse ato constitui. Desse modo, quanto mais o eleitor acreditar que a decisão tomada por ele tem impacto e incide diretamente sobre o seu cotidiano mais tendente ele será a arcar com os custos informacionais e a ponderar o voto. Isso se torna mais patente e potencializado em disputas acirradas marcadas pelo equilíbrio entre dois candidatos e cujo resultado eleitoral aparenta ser imprevisível.

As críticas ao modelo de escolha racional recaem, também, nos ruídos metodológicos presentes nesses estudos. Green e Shapiro advertem que “many of the methodological failings of applied rational choice scholarship are traceable to a style that places great evidence on the development of post hoc accounts of known facts (Green; Shapiro, 1994, pág. 34). Assim, boa parte dos dados utilizados não respondem plenamente as questões para quais eles foram requisitados sendo comum a interpretação errônea e conclusões precipitadas.

A exigência de conhecimento e informação como recurso indispensável a avaliação política e a busca de um eleitor com visão ampla sobre suas reais expectativas e necessidades são questões mal resolvidas pelo modelo de escolha racional. Em princípio, o custo informacional e a incapacidade de decifrar as mensagens políticas são redimensionadas ou vistas como de baixa relevância devido ao uso de heurísticas.

3.4. Racionalidade limitada: a dimensão afeto-cognitiva do processo de escolha

Apesar dos avanços das três escolas apresentadas nas seções anteriores muitas lacunas sobre o comportamento eleitoral resistem a capacidade explicativa que elas demonstram. A persistência dessas brechas norteou e impulsionou uma nova dimensão investigativa, surge

assim a teoria da “bounded rationality”²⁵. Simon (1985) apresenta o modelo da racionalidade limitada como resposta às limitações do modelo da escolha racional. Para ele, a ideia de indivíduos tomando decisões a partir de rígidos critérios, selecionando alternativas para satisfazer interesses e metas estabelecidas minuciosamente por “homens calculadoras” encontra limites na incapacidade humana de se desvencilhar da carga afetiva condutora das questões e na restrição cognitiva que reduz ou direciona o processamento de informações (Simon, 1985).

Com base nisso, a premissa principal é de que os sujeitos sofrem interferências cujas quais eles desconhecem e que determinam diretamente a ação. Assim, tais estímulos desviam os atores daquilo que seriam suas escolhas racionais²⁶. Sem perceber os indivíduos estarão tomando decisões cujas motivações que o levaram a considerar tanto o problema quanto o conjunto de alternativas possíveis de solução são desconhecidas por ele próprio. Eu posso concordar com uma política que me desfavoreça por nutrir empatia pelos beneficiados ou por consideração aos promotores da política. Além disso, posso não ter conhecimento suficiente sobre soluções possíveis para o problema que superem o leque de alternativas apresentado pelos formuladores.

Dessa forma, a capacidade de tomar decisões pode ser limitada tanto pela cognição quanto pela estrutura afetiva do indivíduo. Tais limites são impostos sobre duas formas: limites procedimentais – aqueles que dizem respeito à característica da decisão e limites substantivos – que determinam diretamente o formato da escolha.

Os limites procedimentais dizem respeito aos meios para chegar aos fins pretendidos. Se para saber a possibilidade de chuva o sujeito olha para o céu, em vez de consultar a meteorologia, ele está tomando uma ação racional com respeito aos fins. No entanto, limitada pela crença a respeito da capacidade que ele próprio desenvolveu de prever mudanças climáticas.

Na maioria das vezes, os indivíduos não mantêm qualquer controle sobre as limitações. É impossível que você próprio crie uma situação com propósito claro de lhe deixar surpreso.

²⁵ A atenção da Ciência Política sobre o modelo da racionalidade limitada inicia por meio da análise de políticas públicas. Todavia, o maior impacto tem sido sobre a compreensão da estrutura das organizações governamentais. A ideia central é de que o comportamento das organizações resulta do conjunto de atores que nelas transitam. Como tais indivíduos atuam a partir de racionalidade limitada, as organizações ficariam distantes de serem voltadas a maximização de benefícios.

²⁶ O modelo da racionalidade limitada não pretende apontar falhas no processo de tomada de decisão e indicar caminhos a serem seguidos.

Não há qualquer possibilidade de você se “auto-assustar”. Da mesma forma, muitas vezes, a capacidade de processar informações, desde a recepção ao armazenamento, foge do controle dos indivíduos.

No percurso das informações a atenção que se mantém sobre determinados fatos é crucial na compreensão do fenômeno como um todo. No entanto, sem que o indivíduo perceba, a sua atenção se direciona a contextos que extrapolam o seu controle. Isso acontece, sobretudo, por limitações naturais que restringem a capacidade de observar vários eventos de forma paralela. É nesse sentido que opera o limite procedimental. A partir dessa atenção limitada os sujeitos criam conclusões sobre o ambiente que passam a trabalhar como sugestão no processo de tomada de decisão.

Em outros casos, as decisões entendidas como racionais podem ser conduzidas por processos não quantizáveis como acontece nas relações de troca de favor. Transações baseadas na cooperação, geralmente, não obtém equilíbrio, ou seja, quando um indivíduo coopera com outro ele espera receber, posteriormente, retribuição de mesmo valor. Porém, a retribuição será menor ou maior do que o favor dado e mesmo assim os indivíduos acreditarão na existência de equilíbrio entre as partes. Esse tipo de limitação substantiva leva os indivíduos a escolhas sem elementos suficientes para comparação ou com total desconhecimento sobre causas e efeitos.

Com todas essas limitações os atores tomam decisões sob a crença de estarem obedecendo a critérios racionais. Com isso, qualquer decisão não é percebida por quem a toma como distantes dos seus anseios. A partir disso, infere-se que boa parte das escolhas políticas podem ser efetivadas de forma “automática”, sem conhecimento prévio e mesmo assim adequadas a finalidade do eleitor.

Nessa perspectiva é presumível que o modelo da racionalidade limitada não preceitua que os indivíduos agem de forma irracional. Para o modelo, as decisões são intencionais pautadas por causa e efeito tomadas, geralmente, com base em metas e estratégias bem estabelecidas, ou seja, as escolhas são estimuladas por metas racionais. No entanto, aspectos afetivos e cognitivos do indivíduo limitam o processo de escolha desviando o foco ou ampliando a atenção sobre questões, muitas vezes, irrelevantes determinando julgamentos precipitados. Em resumo, as decisões são pautadas por critérios racionais mais presas e determinadas pela arquitetura afeto-cognitiva.

Dessa forma, racionalidade limitada pressupõe a existência de indivíduos com restrições cognitivas e com motivação insuficiente para analisar as informações recebidas e atribuir respostas criteriosas acerca do ambiente político. Então, é preciso compreender que nem sempre a capacidade de tomar a decisão mais adequada estará disponível para todos os eleitores. Desse modo, para compreender como as pessoas agem é preciso atentar para os limites que elas possuem em atrelar todas as decisões a cálculos bem definidos de custo e benefício.

A abordagem aqui realizada, sobre como os eleitores avaliam o governo, considera que os eleitores atuam com: baixa motivação para compreensão dos fatos políticos; agem a partir de informações assimétricas; utilizam tipos variados de atalhos informacionais; apresentam julgamentos políticos direcionados pelo afeto; chegam a conclusões que dentro da sua percepção satisfaz os seus interesses. Se os eleitores atuam com racionalidade limitada, por sua vez, o governo representa o somatório da ação de indivíduos que, também, agem com racionalidade limitada na elaboração e implementação de políticas que surgem com o intuito de maximizar a satisfação dos eleitores.

Nesse sentido, a ação do governo quanto aos fins é racional, pois quanto maior for a satisfação dos eleitores maior será a possibilidade dele se manter no poder ampliando benefícios econômicos e sociais para políticos, burocratas e apoiadores. No entanto, quanto aos meios é estritamente limitada, pois, ao mesmo tempo em que busca se manter no poder, contempla a realização de projetos privados. Nem todos os atores que compõem o governo estarão imbuídos da ideia da reeleição. Por sua vez, o governo vai depender da percepção dos eleitores sobre a sua atuação.

No nosso modelo de avaliação, a satisfação dos atores, sejam eles eleitores isolados ou membros do governo, em determinado momento confluem gerando a imagem positiva do governo. Por mais benéfica que a política seja para a população e para a avaliação do governo, mas por outro lado, gerar ônus excessivos para políticos, burocratas e apoiadores ela será duramente boicotada. Imagine uma política de redução de custos do legislativo cuja solução seja achatar as vantagens de deputados, senadores e seus assessores. Essa medida passará sem qualquer tipo de retaliação?

Dessa forma, antes de apresentar o governo dentro da perspectiva de Downs, ou seja, como ator racional que busca a permanência no poder, é preciso compreender que a agenda governamental é negociada com diversos atores e sofre restrições institucionais. Assim, é

impossível governar visando apenas a satisfação dos eleitores. Com recursos políticos e econômicos limitados a avaliação o governo depende da percepção individual.

Com base no efeito da percepção individual, são presumíveis quatro cenários básicos como redutores ou ampliadores da avaliação. Mas antes é preciso salientar que ações políticas perfeitas são raras, ou seja, quase sempre a ação política não conseguirá resultar apenas em resultados ótimos. Considerando que resultados políticos ótimos são obtidos quando uma medida agrada todo o conjunto de eleitores e todo o corpo do governo. O mais comum é o benefício de alguns surgir a partir do prejuízo de outros. Tal prejuízo, geralmente, advém como reflexo indireto e desmedido da ação. Assim, quando o governante elenca prioridades e destina recursos para uma política em detrimento de outras indiretamente ele posterga demandas não contribuindo de forma efetiva para remodelar a percepção dos atores excluídos.

O primeiro cenário da avaliação seria o do **efeito nulo da ação governamental**. Na busca por agradar os eleitores, o conjunto de organizações que compõem o governo podem se contrapor. Enquanto uma agência agrada a outra desagrada. Vejamos o caso da questão do desenvolvimento econômico e proteção ambiental: enquanto grupos de agentes promovem a implantação de uma usina hidrelétrica como pressuposto de atender a requisitos para o crescimento econômico, grupos ambientalistas dentro do próprio governo atuando em agências independentes ou não podem utilizar recursos como informações obtidas pelo governo para mobilizar a opinião pública sob a necessidade de se posicionar de forma contrária as medidas.

O segundo cenário é o das **preferências em cadeia** que acontecem quando o sujeito tem uma preferência que no momento que é satisfeita pelo governo ela desencadeia uma sucessão de preferências até gerar a paralisia do governo caso ele pretenda agir. O terceiro cenário e um dos mais nocivos é o das **preferências móveis**. O governo tendo como meta buscar a satisfação dos eleitores pode ajustar a sua atuação as demandas que provem das ruas. Entretanto, é preciso compreender que parte dos eleitores forma o bloco dos opositores radicais com sugestões voláteis que ao serem aceitas são desmentidas ou apresentadas como causas ultrapassadas. Isto faz o governo dispensar recursos políticos e econômicos para solucionar demandas ilegítimas. Se o sujeito pretende fazer oposição radical ao governo essa sua primeira decisão irá desencadear outras, com isso as políticas terão pouco efeito para alterar as preferências que se movem para sustentar os opositores.

O quarto cenário é o das **demandas negativas**. Isto acontece quando o indivíduo ao admitir determinada preferência desconhece as consequências que a solução por ele apresentada pode obter. Se eu assumo que o governo não deve gerar energia elétrica com medidas que tenham impacto ambiental como, por exemplo, a partir da implantação de usinas hidrelétricas ou termoelétricas a carvão mineral eu devo admitir que a tarifa de energia possa ser majorada para possibilitar o uso de energia elétrica proveniente de fontes mais “limpas”. Por outro lado, isto pode ser negativo, pois pode ampliar os custos de produção para a indústria que, por sua vez, pode desencadear crescimento do desemprego.

O cenário das demandas negativas é quase similar ao do **benefício negativo**. Assumimos que os atores do governo agem por meio de racionalidade limitada. As decisões que eles tomam vêm atreladas a um vasto conjunto de alternativas e informações, como, também, uma grande quantidade de atalhos informacionais. Isto tudo dificulta o processo de escolha atrelada a maximização de benefícios. Com isso, em alguns casos, o governo desenvolve políticas que, em um curto período, seja bem aceita pela população. No entanto, tal benefício poderá desencadear sucessivas demandas cujas quais aparecem como inesperadas para o governo e cuja solução é deficiente.

Imagine que o governo resolve reduzir os impostos sobre os veículos com o intuito de manter a indústria automobilística aquecida. A partir daí há um vertiginoso aumento de carros nas ruas conduzidos por novos motoristas e o normal é que a infraestrutura urbana não acompanhe essa nova demanda na mesma velocidade. Com isso, a pavimentação das ruas se torna deficitária, o número de congestionamentos e de acidentes aumenta, entre outras coisas. Os novos motoristas que antes não se preocupavam com questões como essas irão voltar sua percepção para esses novos fatos apresentando novas demandas. Isto acaba sendo negativo para a imagem do responsável direto por essas soluções.

O último cenário é o que envolve a **ambiguidade**. Muitas políticas permitem mais de uma leitura possível. Resultados econômicos e indicadores permitem leitura ambígua. Assim, o que faz com que os indivíduos percebam crescimento econômico de 3% como bom e crescimento de 4% como ruim são fatores externos ao ambiente econômico. Nesse sentido, para a avaliação o que importa é a percepção dos fatos e não como eles são na realidade.

Dessa forma, compreendemos que as decisões dos eleitores, como, também do governo são, em parte, intuitivas e dependentes da percepção individual. A intuição permite que

experts tomem decisões rápidas e “automáticas” sem muito esforço. As decisões têm como suporte esquemas ou modelos mentais apreendidos no dia-a-dia variando conforme a *tag* afetiva com informações transitando sobre um filtro de presunções. É esse filtro que provoca ilusões perceptivas ou blinda o indivíduo contra notícias contrárias as suas convicções.

Compreender como as presunções sobre o ambiente político se estabelecem, são transmitidas e ativadas se torna central para esclarecer as etapas do julgamento político e, conseqüentemente, o voto. Assim, o conhecimento político se ampara em um conjunto de premissas deslocadas de campos distintos para solucionar problemas políticos. Tais premissas se encontram tanto na *long-term memory* quanto na *working memory* e são ativadas pelo afeto.

Aqui se busca compreender como esse processo se enquadra na análise que os indivíduos fazem do desempenho do governo. Assim, a hipótese central é de que a avaliação do desempenho está estruturada por protótipos e esquemas informacionais prévios a instalação do governo, por isso, boa parte das ações do governo tem baixo efeito sobre sua avaliação. Nesse sentido, temos como premissa que eleitores detentores de sentimentos negativos sobre a atividade do governo se tornam sujeitos mais críticos aparentando possuir discurso sofisticado e altruísta. Por sua vez, aqueles que possuem sentimentos positivos se tornariam sujeitos imunes à percepção dos vícios do governo e poucos motivados até mesmo para analisar os acertos o que lhes daria a característica de atores com raso conhecimento sobre a conjuntura política²⁷.

Aqui, afeto e cognição estão entrelaçados. Dessa forma, entende-se as emoções como elo que prende o conhecimento adquirido no passado a fatores encontrados no presente provocando reações neurofisiológicas. Por um longo período, a influência da emoção na definição do julgamento político foi subestimada²⁸. Razão e emoção eram tratadas como indissociáveis. A razão conduzia os eleitores a decisões criteriosas e regidas pela volúpia de aumentar os benefícios que poderiam ser adquiridos com a política. Já a emoção correspondia a forças inconscientes capazes, quase sempre, de produzir efeitos negativos.

²⁷ Vale destacar que o estoque de sentimentos positivos ou negativos já começa antes do início do governo. Esse estoque está relacionado a heurísticas como, por exemplo, a filiação partidária. Assim, quem nutre sentimentos negativos pelo partido que governa terá mais dificuldades para compreender benefícios e uma visão acurada para as falhas que venham a ser cometidas.

²⁸ Se na ciência política as emoções eram vistas com desconfiança a psicologia cognitiva colocava as emoções como dependentes de processos cognitivos. Assim, o afeto passa a ter papel secundário.

Assim, o voto com base na emoção era inconsequente e danoso para o próprio eleitor. Por outro lado, apenas o eleitor racional seria atento as questões políticas e capaz de tomar aquela que seria a melhor decisão para o seu propósito.

Apesar disso, com matizes diversas, vários estudos pinçaram nuances emotivas para a compreensão do voto. Nesse sentido, a perspectiva de que apelos afetivos fomentam a cisão e a adesão política pode ser vista desde os estudos da escola de Michigan. Campbell et al. (1960) lança foco sobre o contexto que desvia o eleitor daquele que parecia ser o caminho natural a ser trilhado. Assim, Campbell et al (1960) observou que, no período eleitoral, um grande conjunto de indivíduos não correspondiam aos apelos da base social, ou seja, em alguns casos, os laços que prendiam os eleitores aos grupos perdiam a capacidade de manter a coesão acerca da leitura do ambiente político. Esse desprendimento facilitava a associação dos eleitores a partir de apelos direcionados por candidatos ou partidos.

Nesse cenário, a ideia de que os eleitores apresentavam atitudes bem delimitadas e estáveis vinculadas ao grau de pertencimento a determinada classe social ou grupo cede espaço a um eleitor atento as condicionantes políticas. Entretanto, se vislumbra a identificação partidária como componente emocional de sugestão à leitura do cenário político. Em outras palavras, a partir do vínculo ao partido se constrói elementos interpretetes das posições exercidas no jogo político.

No entanto, o desenvolvimento do afeto como sendo relevante na compreensão acerca do comportamento eleitoral foi completamente desencorajada pela teoria da escolha racional. Tal teoria partia do pressuposto básico da crença na razão como contraposto a emoção. Enquanto, a ação racional conduziria a benefícios as decisões creditadas a emoção provocariam incertezas e ameaças a estabilidade política.

Aqui entendemos emoções como conjunto de reações resultantes do processamento de informações pela mente humana. Por sua vez, as informações serão absorvidas e organizadas a partir da arquitetura emotiva do sujeito. Esse processo de compreensão das informações e respostas a essas informações dão base a estrutura que dirige o comportamento humano, geralmente, representadas por normas, valores e regras.

Ao atuar sobre racionalidade limitada os indivíduos baseiam a decisão com base nessa estrutura cujo controle e direcionamento é bastante reduzido. Nesse caso, os indivíduos

podem disfarçar o que sentem, mas são incapazes de controlar completamente as respostas provocadas pelos sentimentos. Desse modo, é possível reprovar determinado fato e omitir a insatisfação para outros, porém não há como o receptor se blindar dos reflexos que a reprovação gera. Não é tão raro observar evangélicos medindo cautelosamente questões políticas para que as soluções se adéquem aos valores pregados por sua religião.

Normas, valores e regras são esquemas informais estabelecidos para a interação humana. As instituições, por sua vez, representam o conjunto desses esquemas. Nesse sentido, por instituições, entende-se o conjunto de mecanismos que cerceiam o procedimento individual, modelam as ações. Dessa forma, as instituições incidem diretamente no formato do comportamento político dos indivíduos (Marcus, 2002) como, também, produzem reações emocionais (Marcus, 2000)²⁹.

Instituições favorecem o surgimento de modelos mentais e a distribuição desses modelos entre os indivíduos (Mantzavinos; North; Shariq, 2003). Modelos mentais são pacotes de conhecimentos ativados para solucionar problemas rotineiros. De acordo com Fairbanks (2002), “um modelo mental consiste em crenças, inferências e objetivos que pertencem à primeira pessoa e são concretos e específicos” (Fairbanks, pág. 373). Eles

can be understood as the final prediction that the mind makes or expectation that it has regarding the environment before getting feedback from it. Depending on whether the expectation formed is validated by the environmental feedback, the mental model can be revised, refined, or rejected altogether (Mantzavinos; North; Shariq, 2003, pág. 4).³⁰

No caso da avaliação de governo o modelo seria mecanismo ativado para facilitar a compreensão das políticas desenvolvidas, estruturar e coordenar o julgamento do desempenho. Em outras palavras, os indivíduos desenvolvem um protótipo daquilo que seria o governo desejável, evitável e tolerável e o comparam com a realidade. Assim, se o governo aparenta se encaixar no tipo desejável, os julgamentos tornam-se apressados e cegos às informações que dizem o contrário. Por sua vez, quem dá “aparência do encaixe”

²⁹ Uma das principais funções das instituições é a capacidade de diminuir o risco do inesperado, ou seja, permitem certo grau de previsibilidade sobre a reação dos atores. Porém, isto não quer dizer que as instituições sejam imutáveis.

³⁰ Pode ser construído como a predição final que a mente faz ou expectativa que tem com respeito ao ambiente antes de conseguir resposta disto. Dependendo sobre se a expectativa formada é validada pela resposta ambiental, o modelo mental pode ser revisado, refinado, ou rejeitado por inteiro [tradução nossa].

são as emoções transmitidas que, além disso, atuam sobre a cognição, barrando a leitura das falhas do governo.

Conforme Lakoff (2009), a maioria dos indivíduos tem como modelo base de governo a família, já que é esse o primeiro modelo que se tem contato³¹. No entanto, ao longo das experiências vividas o modelo vai se modificando. Todavia, apesar das mudanças ele não deixa de ser uma representação mental empobrecida utilizada para prever situações futuras, para auxiliar nos julgamentos políticos.

Como esses modelos não são fixos eles, também, estão sujeitos a estímulos externos para que se alterem. Os indivíduos, em sua maioria, não conseguem se blindar a essas interferências externas ficando reféns de políticas cognitivas. Tais políticas representam a capacidade que alguns atores possuem de reconfigurar modelos mentais sobre o ambiente político. Segundo Lakoff, “a cognitive policy is the policy of getting an idea into normal public discourse, which requires creating a change in the brains of millions of people” (Lakoff, 2009, pág. 169)³². Assim, até o governo mais popular quando trata sobre questões delicadas usa políticas cognitivas³³.

O uso de políticas cognitivas está alinhado ao uso de frames. Frame é o contexto que é dado para apresentar questões como necessárias e para respondê-las como se existisse apenas um foco possível o que provoca uma ilusão perceptiva (Kahneman; Tversky, 2000). Nesse sentido, os frames interferem diretamente no processo de tomada de decisão, já que as escolhas são tomadas de acordo como as questões são apresentadas.

Como exemplo de política cognitiva, podemos desenhar o seguinte quadro hipotético: determinado país enfrenta momento delicado enfrentando grave epidemia que ameaça devastar a sua população. O governo só possui duas saídas e resolveu consultar os eleitores. As soluções “encontradas” são as seguintes: (1) vacina com chance de salvar até

³¹ Os experimentos de Schreiber (2007) com fMRI (Ressonância Magnética) mostraram quadros diferentes entre o cérebro de indivíduos com conhecimento sofisticado da política e indivíduos com baixo conhecimento. De acordo com ele, os indivíduos de baixo conhecimento usam a mesma região do cérebro que solucionam problemas familiares e da vida social para responderem as questões da política nacional.

³² Uma política cognitiva é a política de colocar uma ideia como normal no discurso público, o qual requer criar uma mudança no cérebro de milhões de pessoas (nossa tradução).

³³ No entanto, é importante ressaltar que as pessoas podem desenvolver resistências a mensagens persuasivas (Marcus, 2000). Desse modo, as pessoas envolvidas pelas suas convicções fundadas pelas emoções não veem os erros quando só querem ver os acertos, ou seja, elas criam barreiras para evidências que se apresentam contrárias ao conhecimento que elas possuem do mundo político. É o que se chama de *compromise solutions*, isto é, quando as evidências são conflitantes com os interesses busca-se uma saída que não choque com as crenças pré-estabelecidas. Dessa forma, o que é evidente passa a não ter significado algum.

1/3 da população e (2) tratamento não testado que pode provocar a morte de 2/3 da população.

De acordo com Kahneman e Tversky (2000), as respostas para problemas como esse são pautadas pela opção que oferece menos risco. Nesse sentido, apesar da segunda opção oferecer a possibilidade de salvar maior número de pessoas em comparação com a primeira, ela representa mais uma ameaça para uma população já bastante amedrontada. Assim, apesar da segunda opção ser melhor, pois pode ser que mais de 2/3 sobreviva, ela será preterida pela chance de salvar 1/3 da população apenas pelo modo como a opção foi formulada que ativa o instinto de sobrevivência e o pavor que os indivíduos têm aos riscos.

Nesse sentido, se faz necessário compreender como se estrutura a compreensão que os indivíduos desenvolvem do mundo político, sobretudo, os efeitos do conhecimento e da informação na avaliação política. Por mais complexa que seja a questão, desde o eleitor mais sofisticado ao de menor sofisticação, todos estão constantemente fazendo aferições sobre o mundo político. Essas aferições se baseiam em um conhecimento prévio ou adquirido durante o debate e satisfazem a interesses inerentes do indivíduo ou apresentados por eles como inerentes. Desse modo, caso se considere que a racionalidade passa pela capacidade de tomar decisões com a expectativa de atingir algum fim determinado, infere-se que esses eleitores estão tomando escolhas racionais.

Vale destacar que para os eleitores fazerem escolhas racionais não é necessário que eles tenham a informação por completo. Os indivíduos estão o tempo todo fazendo inferências mais relevantes para a vida deles a partir de informações incompletas, como, por exemplo, não é preciso saber estritamente como uma aeronave funciona para acreditar que ela pode subir e descer com segurança. Essa e outras decisões são tomadas corriqueiramente apoiadas em experiências pessoais e heurísticas. (Lupia; McCubbins, 2000).

Experiências pessoais são denominadas de esquemas (Conover; Feldman, 1984). Esses esquemas são conhecimentos retirados de algo vivido ficando armazenados na mente humana para, posteriormente, dirigir a leitura de novas informações e estruturar a ação a ser tomada (Conover; Feldman, 1984). Os esquemas diminuem “the cost of evaluating the president and new information about him. They provide a guide to what the president should be able to do, what to expect, what information is relevant, what criteria are appropriate for judging him, and what the quality of his performance has been” (Edwards; Gallup, 1990, pág. 142).

Dessa forma, ao analisar a política o eleitor, primeiramente, leva em conta o passado. Com isso, quando um candidato promete, caso seja eleito, implantar uma política, o eleitor ativa, por exemplo, todas as lembranças sobre a capacidade que aquele político ou o grupo que ele representa possui de cumprir o que promete e assim decide se deve ou não confiar. A base da confiança está no passado. Mais adiante será descrito como funciona esse processo de seleção e armazenamento de informações.

Por outro lado, se não há nada no passado que possa explicar o presente, o eleitor se apega as sugestões ou heurísticas (Kuklinski; Quirk, 2000). Essas sugestões vêm, sobretudo, da família, dos amigos, da imprensa, dos grupos de interesse e de especialistas. Porém, nem todas as sugestões serão aceitas ou, até mesmo, ouvidas, pois o eleitor tem suas convicções que a elas se agarra e reluta em contradizê-las.

As heurísticas podem ser definidas como atalhos utilizados para obter informação útil na tomada de decisão. Nesse sentido, sabendo que existem órgãos responsáveis pela fiscalização das aeronaves os indivíduos confiam na utilização desse tipo de serviço. Assim, as heurísticas são vistas como uma estratégia racional para combater a ignorância (Kuklinski; Quirk, 2000).

No entanto, é válido ressaltar que a percepção sensitiva dos indivíduos guia o entendimento da política determinando, entre aquelas informações que lhe são dirigidas quais devem ser absorvidas e quais devem ser relevadas. Com isso, de um conjunto de informações recebidas os eleitores podem selecionar apenas aquelas que lhe agradam. Por exemplo, aqueles vinculados ao governo tenderão a ter mais atenção às notícias positivas sobre o governo e mesmo em um pacote de notícias negativas eles irão encontrar o viés necessário para dar matiz positiva.

Além disso, a crença do eleitor determinará qual o meio de comunicação ele deve utilizar para colher informação o que reduz o papel da mídia a repositório que se recorre para auxiliar no fortalecimento de uma opinião já estabelecida. Essa visão tira da mídia o papel de formadora de opinião para mera formatadora de opinião.

O eleitor, em sua maioria, não é receptível a toda informação política que lhe é direcionada. Eles erigem filtros para absorver as notícias da forma que lhe agradam. Assim, em alguns casos, criam justificativas para defender o indefensável e é, por isso, que, muitas vezes, aparentam estar anestesiados a escândalos. Nesse sentido, não é por

falta de informação que os eleitores, às vezes, tomam decisões errôneas, mas, sim, pela incapacidade de processar as informações disponíveis.

Vale ainda destacar que sem motivação os indivíduos não possuem atenção para se informar. Se tudo vai bem, ou seja, se todos os seus esquemas apontam que a conjuntura política está correspondendo com a sua expectativa, não se faz tão necessário ir atrás dos motivos de está tudo bem e não pior. Desse modo, para fazer os indivíduos mudarem de posição é preciso primeiro conquistar a sua atenção. Conforme Lupia e McCubbins, “attention is a prerequisite for learning anything. However, attention is scarce” (1998, pág. 22).

Nessa batalha para conquistar a atenção dos eleitores se entendermos que os indivíduos primeiro sentem, depois pensam e em seguida agem, os apelos afetivos ganham fundamental importância para serem trabalhados junto com os estímulos cognitivos.

O meio mais usual de tornar isso possível é através de frames tanto para conquistar a atenção quanto para dar o entendimento que se deseja aos eleitores. Assim, as políticas cognitivas trabalham em recriar tais frames possibilitando uma nova compreensão do ambiente político. Por sua vez, para que os frames se tornem mais efetivos eles são carregados de fatores emocionais³⁴.

Desse modo, a importância dos fatos está relacionada com a forma que eles serão narrados e com as emoções que eles despertam (Arkeloff, 2009; McDermott, 2007)³⁵. Nesse sentido, políticas cognitivas desenvolvidas pelo governo buscam despertar sensações positivas sobre as suas ações, enquanto, a oposição aplica políticas cognitivas visando ativar sentimentos negativos sobre quem governa. Esses apelos "often appear to be designed not only to change attitudes but also affect behavior by motivating viewers" (McDermott, 2007, pág. 385)³⁶. Nesse ambiente, a maioria das pessoas está constantemente fazendo

³⁴ Dessa forma, que a defesa da pesquisa com células-tronco se baseia no fato de que pessoas estão sofrendo com doenças degenerativas cujo tratamento depende da liberação das pesquisas, por outro lado, quem é contrário diz que um feto é uma vida. A descriminalização do aborto reduziria o número de mulheres que morrem ao fazer aborto em clínicas clandestinas.

³⁵ De acordo com McDermott (2007), os meios de comunicação desempenham papel fundamental na criação e manipulação de emoções.

³⁶ Frequentemente parecem ser concebidos não apenas para a mudança de atitudes, mas também para afetar o comportamento, motivando os espectadores (tradução nossa).

juílgamentos políticos sem que percebam que estão julgando e quais critérios estão adotando³⁷.

Como dito anteriormente, a direção do julgamento depende da forma como cognição e afeto são trabalhados. A teoria da inteligência afetiva aponta que os julgamentos políticos são norteados por dois sistemas distintos atuantes na mente humana: sistema de disposição e sistema de vigilância (Marcus *et al*, 2000). O primeiro atua produzindo entusiasmo facilitando o desenvolvimento e compreensão de novas atividades, já o segundo cria ansiedade e temor sendo útil para aumentar a atenção contra possíveis ameaças³⁸. Nesse sentido, os entusiasmados analisam o cenário político por esquemas simples como a filiação partidária, enquanto, os mais temerosos buscam métodos mais criteriosos de análise como, por exemplo, a comparação sobre as qualidades pessoais e o passado dos atores (Redlawsk, 2006)³⁹.

É, nesse sentido, que aqui se defende que quando há vínculo afetivo com o governo os indivíduos tendem a erigir poderosas estratégias que impedem a leitura dos erros e permite a defesa do indefensável. Assim, são as emoções motivando ações racionais. Como diria Westen (2008, pág. 100), “the more sophisticated people are politically (e.g., the more they know about an issue), the more able they are to develop complex rationalizations for dismissing data they don't want to believe”⁴⁰.

Por muito tempo a emoção foi vista como inconciliável com a razão e vinculada à personalidade de cada indivíduo. Porém, nos últimos anos, esse quadro tem mudado ganhando destaque o seu papel na motivação dos atores e formação do julgamento político (Marcus, 2000). O papel da emoção no julgamento se deve a sua característica de traduzir experiências do passado em conhecimento sobre o presente ou sobre o que possa acontecer.

³⁷ O julgamento político corriqueiramente é feito como complemento de alguma outra atividade (assistir TV), sendo formatado como meio de interação (no elevador, reuniões familiares, encontros com amigos) para se dizer o que o outro possa ou queira ouvir (Kuklinski; Quirk, 2000). Afinal de contas, “política não se discute”.

³⁸ É preciso frisar que na teoria da inteligência afetiva ansiedade e raiva são quase sempre apresentadas como categorias indistintas.

³⁹ No entanto, tanto ansiedade quanto o entusiasmo são importantes para a motivação dos atores sobre a política (Marcus, 1993).

⁴⁰ Quanto mais as pessoas são politicamente sofisticadas (por exemplo, tanto mais se conhece sobre um assunto) mais elas são capazes de desenvolver raciocínios complexos para indeferir dados que eles não querem acreditar (nossa tradução).

De uma maneira rápida, emoção pode ser definida como conjunto de informações transmitidas através da interação entre os indivíduos apreendidas pela mente e quando ativadas se traduzem em sensações neurofisiológicas como angústia, tristeza, ansiedade, raiva, culpa, inveja, entre outras⁴¹. Desse modo, a importância das emoções estaria que elas, “once triggered, would then alter strategies for evaluating the present circumstance, reinforcing the use of predispositions or boosting reliance on information” (Brader; Valentino, 2007, pág. 185)⁴².

Por outro lado, o quanto e qual emoção será sentida dependerá da cultura sob a qual os indivíduos estão inseridos. As diferenças culturais permitem que os indivíduos passem pelas mesmas experiências emocionais, mas mantenham reações opostas (McDermott, 2007). Tais reações (action tendency) são moldadas pelas normas sociais.

Emoções e normas sociais estão fortemente imbricadas. Conforme Elster, "as norms are sustained by emotions, emotions and their expression may be regulate by social norms" (Elster, 1996, pág. 1390). As normas sociais ditam a construção de sentimentos como raiva, culpa, ódio e, principalmente, vergonha que em certos casos é punição pelo descumprimento das normas⁴³.

Esse laço entre normas sociais e emoções é útil, também, para “maximize our survival, reproduction, and care for the welfare of others in whom we are emotionally invested” (Westen, 2008, pág. 71)⁴⁴. Dessa forma, no caso aqui a ser analisado interessa observar como as emoções fazem os indivíduos buscarem governos que olhem não apenas para si, mas, também, para seus próximos, para pessoas que compartilhem dos seus valores ou, até mesmo, como o sentimento de culpa gera a necessidade do reparo mesmo que esse venha através de políticas contrárias a seus interesses. Por outro lado, sentimentos negativos como vingança, inveja, ódio e ciúme conduzem os indivíduos a desejarem que o governo

⁴¹ Elster (1998) classifica os diversos tipos de emoção da seguinte forma: emoções sociais (raiva, culpa, ódio e vergonha); emoções sobre as incertezas do futuro (temor e esperança); emoções sobre expectativas de como seria o futuro (pesar, alegria e desapontamento); emoções do sentimento de posse (inveja, ciúme, indignação).

⁴² uma vez acionada, alterariam estratégias para avaliar as circunstâncias presentes, reforçando o uso de predisposições ou impulsionando a confiança nas informações (nossa tradução).

⁴³ A inveja é outro caso exemplar de como as emoções são construídas socialmente, pois ela está ligada diretamente a valores que variam conforme o grupo social. Assim, não se tem inveja daquilo que é insignificante dentro de uma sociedade.

⁴⁴ Maximizar a nossa sobrevivência, reprodução e cuidados para o bem-estar dos outros em quem nós somos emocionalmente investidos (nossa tradução).

atue voltado para a vontade do grupo que eles fazem parte.

A influência dos sentimentos negativos é mais comum em sociedades polarizadas. Nessas sociedades o governo é avaliado sob a condicionante de ser a favor ou contra o grupo daquele que faz a avaliação. Nesse sentido, indivíduos que obtêm ganho de X, mas, por outro lado, os membros do grupo rival ao seu ganham 2X tendem a se posicionar contra o governo⁴⁵. Esses indivíduos têm visão dicotômica dos fatos políticos – “nós” contra “eles” – com o governo fazendo o papel de fiel da balança. Para eles, é o governo quem faz as regras do jogo, é o governo quem controla o jogo.

Akerlof (2009), ver a divisão entre “nós” e “eles” como central para compreender como os indivíduos percebem o mundo a sua volta e de como se configura o senso do que é justo para “nós” e o que é justo para “eles”. Isso define se políticas afirmativas são justas ou não, ou se políticas sociais devem ser encampadas ou não. Assim, é preciso compreender que “to govern is to antagonize not only opponents but also at least some supporters; as the loyalty of one group is nourished, another group may be repelled (Key, 1966, pág. 30).

O esquema “nós” contra “eles” é apenas um entre vários modos de medir a atuação do governo. Mas todos dizem respeito à capacidade do governo transmitir sentimentos positivos ou negativos. Dessa forma, governos que traem a confiança, que envergonham, que humilham, que não compartilham das mesmas normas e valores, entre outros aspectos negativos terão como retribuição a indignação, o ódio e a vingança dos eleitores.

Como visto, o julgamento político é determinado pela predisposição a percepção dos fatos políticos. Nesse aspecto, as emoções exercem papel central em filtrar aquilo que importa e direcionar as respostas. Dessa forma, o conhecimento político, em parte, é conduzido por uma carga afetiva que, entre outras coisas, indica quando é necessário haver atenção, sobretudo, o efeito principal é impedir a procrastinação.

Assim, a avaliação do governo se estabelece em meio a percepções embaladas por sentimentos prévios. Dessa forma, nesse cenário, os benefícios econômicos nem sempre

⁴⁵ Esse modo de ver o mundo e de entender o que o governo “deve ser” foi explorado por Reagan quando esse apresentou a Welfare Queen – uma mulher, negra, com um comportamento imoral que desfilava com seu Welfare Cadillac nas ruas de Chicago. Welfare Queen possuía mais de trinta endereços, usava vários nomes e contava com mais de doze cartões do seguro social. No entanto, havia um pequeno detalhe Welfare Queen nunca existiu ela apenas foi criada por Reagan para atizar a raiva de machistas, racistas e daqueles contrários as pessoas que se beneficiavam de algumas políticas sociais (Lakoff, 2009).

serão de grande relevância⁴⁶.

3.4.1. Prospect theory: o papel do risco na avaliação do governo

A aversão ao risco reduz a capacidade de decisões criteriosas limitando a leitura dos argumentos à necessidade de se desvencilhar da ansiedade gerada pela possibilidade de ameaças. Desse modo, *prospect theory* (teoria de aversão ao risco) denota a fragilidade dos indivíduos tomarem decisões seguras aos seus interesses quando nelas está presente o fator risco (Kahneman, 2011, McDermott; Fowler; Smirnov, 2008). Nesse artigo, analisamos o papel do risco na avaliação que os eleitores fazem do desempenho do governo.

A avaliação do desempenho do governo é elemento basilar no auxílio à definição do voto. Desse modo, se o eleitor aprova o governo ele tende a votar no representante do governo, se ele desaprova a tendência é de que não vote nos representantes do governo. Com base nisso, a atuação do governante tem como objetivo claro e bem definido a manutenção do poder pautada por uma estratégia de convencimento do eleitor visando à aprovação.

Nesse sentido, boa parte do planejamento governamental se limita a selecionar, programas e projetos mais rentáveis, ou seja, aqueles que garantem mais possibilidades de voto. No entanto, tal postura, em alguns casos, pode ser contraproducente. Isso acontece devido a incapacidade de compreender os mecanismos delimitadores do julgamento que o eleitor exerce sobre o governo. Nas duas próximas seções iremos abordar como os julgamentos políticos se organizam na mente e como a aversão ao risco direciona a avaliação do desempenho do governo.

⁴⁶ Não se pode ignorar que os resultados econômicos, o sentimento de que as coisas estão mudando para melhor, materializada, sobretudo, com a ampliação da oferta de emprego e controle da inflação produzem uma atmosfera de otimismo que incide no modo como os eleitores avaliam o governo (Lewis-Beck; Stegmaier, 2000, Camargos, 2009, Lavareda, 2009). O que não quer dizer que as pessoas esperam do governo apenas benefícios materiais diretos.

3.4.1.1. Sistema 1 e Sistema 2: a estrutura do julgamento político

O percurso da atenção, apreensão e decisão é dual e se divide em Sistema 1 e Sistema 2 (Kahneman, 2003). Assim, a forma como as ideias se organizam na mente humana, como elas são armazenadas e recuperadas condicionam e indicam, entre outras coisas, como se estrutura o comportamento político dos indivíduos. As ideias políticas estão dispostas em dois sistemas básicos: Sistema 1 e Sistema 2.

No Sistema 1, os julgamentos são automáticos voltados a responder questões ordinárias cuja compreensão é vinculada e medida pela ameaça que provoca (Kahneman, 2011). Assim, devido a urgência requisitada as respostas, o nível da ansiedade lança as questões políticas no Sistema 1. Nesse sentido, para que sejam emitidas respostas rápidas, o julgamento que decorre de tal Sistema é envolto por pensamentos associativos e intuitivos.

Dessa forma, a avaliação do desempenho do governo se caracteriza como menos complexa vinculada a heurísticas como: identificação partidária, características pessoais do governante, sugestões, entre outras. No entanto, isso facilita e amplia julgamentos fundados em ilusões perceptivas.

Por sua vez, o Sistema 2 responde a indagações não associativas e desvinculadas a respostas simples e reflexivas. Assim, quando o ambiente político apresenta problemas cujos atalhos informacionais existentes demonstram serem incapazes de solucioná-los se faz necessário maior observação e questionamentos antes da tomada de decisão. Em suma, pode-se dizer que questões simples são respondidas de forma automática pelo Sistema 1, enquanto, as complexas são repassadas para o Sistema 2 na busca pelo estoque de conhecimento armazenado que possa indicar a solução.

O Sistema 2 requisita atenção, motivação e esforço para compreensão das questões políticas, cujas soluções são aceitas depois de longo processo de efusivos equacionamentos. Nesse sentido, no Sistema 2 a avaliação do governo é lógica e prática. Lógica, pois apresenta critérios claros e rígidos diferente do Sistema 1 onde é constante a aleatoriedade do programa avaliativo. Dessa forma, no Sistema 2 os efeitos do governo são pensados a longo prazo.

Desse modo, para a compreensão da aversão ao risco é útil estabelecer o Sistema 1 como fornecedor de respostas rápidas para riscos eminentes caracterizando-se pelo uso de atalhos

informativas simples, enquanto, o Sistema 2 apresenta julgamentos balizados por esquemas mais sofisticados. Assim, a forma como as ameaças são respondidas varia conforme o tipo e a intensidade que ela apresenta. Na próxima seção é apresentado como aversão ao risco determina a forma como os eleitores veem o governo.

3.4.1.2. Avaliação pautada pela aversão ao risco

A teoria de aversão ao risco apresenta indícios de como políticas cognitivas interferem nas decisões políticas realizadas pelos eleitores. Na avaliação do governo julgamentos dirigidos pela aversão ao risco são de três tipos: diretos; indiretos e improváveis. Esses três elementos funcionam como sinais utilizados pelo eleitor para filtrar as ações do governo. A partir daí as ações que envolvem riscos são rejeitadas ou aprovadas (McDermott; Fowler; Smirnov, 2008).

Não há nada a ser mais evitado pelos sujeitos do que qualquer possibilidade de perda. A ameaça lança incertezas aflorando a fragilidade a qual os indivíduos insistem em ocultar a presença. Nesse cenário, o governo assume o papel de assegurar a impossibilidade do risco no cotidiano dos eleitores. Os riscos diretos dizem respeito aqueles que agem diretamente sobre o dia-a-dia do eleitor. Nesse caso, não se limitam apenas a questões econômicas, mas são essas que exigem maior esforço por parte do governo. É nesse sentido que ameaças provocadas por crises econômicas atingem diretamente a popularidade do governo.

Ameaças indiretas tem baixa probabilidade de afetar o eleitor, porém são assumidas por agentes empáticos ao grupo em risco. A empatia funciona como contágio emocional. Nesse tipo de contágio o receptor é sensibilizado pela dor do outro. Assim, riscos indiretos provocados pela ausência do governo como, por exemplo, desastres ambientais que poderiam ser evitados ou remediados tem a dor das vítimas assumidas por grupos de eleitores distantes daqueles problemas.

Nesse ponto há um avanço sobre o modelo de escolha racional, já que apesar dos ganhos obtidos os eleitores se voltam contra o governo devido apenas a empatia dedicada a outros

grupos que não tiveram a mesma sorte. Com base nisso, a oposição busca ampliar por meio de *frames* o quadro de risco criando alertas e redimensionando a intensidade do problema com a meta de fortalecer a empatia entre os eleitores abrindo espaço para sugerir às deficiências do governo no tocante a aversão ao risco.

Ameaças improváveis são as de mais baixa consequência para a imagem do governo. Elas são formadas por eventos raros e longínquos cuja chance de afetar o eleitorado é praticamente nula. Dessa forma, não exigem esforços do governo e não alimentam ansiedade no eleitorado. Nesse caso se enquadram epidemias e desastres ambientais que por algum fator conhecido não representam risco. Isso provoca descompromisso com tais questões, pois é inimaginável cobrar abertura na agenda política brasileira para ruídos distantes como abalos sísmicos e erupções vulcânicas.

O ideal para o governo é estabelecer políticas cognitivas fincadas em estabelecer todo tipo de ameaça no âmbito da improbabilidade suscitando que discussões sobre elas, quando levantadas, obedecem a interesses escusos deslocados do real objetivo da população. É desse modo que, no Brasil, vem sendo tratada a questão das matrizes energéticas, principalmente, no que se refere às novas usinas hidrelétricas. No caso das usinas, boa parte das vozes contrárias são descreditadas “por representarem interesses contrários ao do Brasil”.

No entanto, em alguns casos, o governo assume a tarefa de disseminar a ansiedade. Isso é feito para obter apoio irrestrito, pois a aversão ao risco restringe a compreensão acerca dos outros fatores que compõem o ambiente político. Ameaças quando envoltas por questões morais são amplificadas pelo governo concedendo a ele próprio o caráter de detentor da solução. Tais ameaças desviam a atenção de problemas internos mais graves a imagem do governo. A “Guerra ao Terror” americana, resposta a afronta dos ataques do “11 de Setembro”, ilustra bem o caso de ameaças redesenhadas pelo governo para desvirtuar o julgamento político (Lakoff, 2002).

Por outro lado, opositoristas fomentam a ideia de que riscos indiretos podem a qualquer momento atingir a todos, enquanto, os riscos improváveis são transpostos ao cotidiano de sujeitos alheios as questões apresentadas. O foco do opositorista é apresentar a necessidade do alerta, todavia ao insistir na ampliação da ansiedade do eleitorado a rejeição recai sobre ele próprio.

Há assim uma batalha de políticas cognitivas voltadas de um lado a fortalecer o caráter improvável do risco e, por outro, visando apresentar cenário de provável ameaça direta ou indireta para os eleitores. A grande questão é equacionar a aversão ao risco.

O custo de avaliar o governo é alto. Com isso, os eleitores não estão dispostos a se manterem diuturnamente vigilantes sobre como o governo desempenha o seu papel. Assim, a avaliação é, geralmente, formatada por atalhos informacionais. A aversão ao risco funciona como atalho ampliando o interesse em determinada área do governo, enquanto bloqueia uma análise do tipo sumária que englobe o governo como um todo.

Nesse sentido, *prospect theory* fornece subsídios à compreensão de como a ansiedade pode ser direcionada, principalmente, por meio de frames para sugerir indicadores sobre o comportamento do governo. A teoria de aversão ao risco, também, possibilita novo entendimento sobre a racionalidade no julgamento político. A ambivalência em que consistem as decisões tomadas pelos eleitores aponta como complexa é a lógica utilizada nos esquemas avaliativos.

Dessa forma, a aprovação ou reprovação do governo não se limita a capacidade de suprir a demanda dos eleitores, mas, também diz respeito a necessidade de compreender esquemas de julgamentos e os atalhos informacionais utilizáveis. Nesse sentido, a aprovação do governo indica, sobretudo, capacidade de criar políticas cognitivas amplas que reforce a capacidade responsiva do governo e afaste a possibilidade de ameaças.

3.4.2. Processamento on-line e hot-cognition na avaliação do desempenho do governo

A avaliação que os eleitores fazem do governo, como apregoa a teoria do voto retrospectivo, desempenha papel fundamental na escolha dos candidatos⁴⁷. Assim, se o governo é bem avaliado a tendência é que o candidato da situação seja eleito, por outro lado, se o governo é reprovado o candidato da oposição fica em situação privilegiada.

⁴⁷ A teoria do voto retrospectivo defende que os eleitores ao votar comparam o desempenho do governo com a capacidade dos opositores em conseguir fazer um governo melhor (Fiorina, 1981).

Nesse sentido, é válido analisar como a avaliação do desempenho do governo se estrutura na mente dos eleitores.

Os anos 1990 ficaram marcados pela “revolução do cérebro”. A partir daí, sobre a influência de Damásio (1996) e Le Doux (1994) surge novo entendimento acerca do processo de tomada de decisão. Damásio ao observar pacientes com danos no córtex pré-frontal notou que atrelada a perda da capacidade de se emocionar esses indivíduos, também, perdiam a capacidade de tomar decisões racionais e Le Doux acentuou que o sistema emotivo tem papel preponderante para que os indivíduos tomem decisões rápidas e seguras⁴⁸.

Desse modo, é válido destacar que os indivíduos possuem dois sistemas que se articulam na tomada de decisão: sistema cognitivo que abriga conhecimentos, informações e ideias e sistema afetivo onde se depositam sentimentos – positivos, neutros e negativos – conjunto de emoções, reação as emoções⁴⁹.

Sistema afetivo e cognitivo não se separam como, também, não há primazia de um sobre o outro⁵⁰. Aqui se analisa a interação desses dois sistemas na forma de processamento *on-line* e *hot cognition*⁵¹. Assim, processamento *on-line* pressupõe avaliação de políticos e do governo feita no calor do momento, enquanto, *hot cognition* se pauta pelo passado.

3.4.2.1 - Avaliação contínua: o modelo impression-driven

A informação apresenta papel central no processo de tomada de decisão política, principalmente, na avaliação do desempenho do presidente. No entanto, os indivíduos possuem níveis desiguais de informação e muitos não querem ou não podem arcar com os

⁴⁸ Os avanços obtidos pela neurociência, nos anos 1990, deram nova face à disputa que tinha de um lado Lazarus (1982) defendendo que o pensamento regulava o sentir e Zajonc (1984) defendendo a primazia do afeto.

⁴⁹ Reação as emoções ou *action tendency* é a resposta que os indivíduos dão ao estímulo afetivo. Assim, no caso do governo o nível de desconforto que ele provoca gera rejeição por parte dos eleitores, ou seja, uma tentativa dos eleitores de superar aquilo não é confortável.

⁵⁰ “affect imbues the judgment process from start to finish – from the encoding of information, its retrieval and comprehension, to its expression as a preference or choice” (Lodge; Taber, 2005, pág. 456).

⁵¹ Para Lodge; Taber (2000) *hot cognition* e processamento *on-line* trabalham juntos para criar “razão política motivada”.

custos de se manterem informados⁵². Por outro lado, isso não quer dizer que seja necessário “conhecimento enciclopédico” para tomar decisões, pois os eleitores com déficit de conhecimento podem usar atalhos informacionais que lhes permitem decisões em nível similar aqueles com bom nível de conhecimento (Lupia, 1994).

O modelo *impression-driven* indica que as informações utilizadas no julgamento político são obtidas e atualizadas constantemente. Assim, o eleitor quando julga o faz de acordo com as informações relevantes do momento – processamento *on-line*. Mais do que isso, o processamento *on-line* pressupõe permissão para atualização constante das *affectives tags* vinculadas ao objeto político. Vale ressaltar que os objetos processados e armazenados na mente não se dissociam do afeto. Além disso, eles possuem *tag* que sinaliza a direção (positiva-negativa) e a intensidade do afeto. Desse modo, a avaliação política no modelo *impression-driven* é feita sem ligações maiores com o passado.

Além do mais, o modelo *impression-driven* pressupõe que as informações estão sendo adquiridas para solucionar algum problema momentâneo específico em contraposição ao modelo *memory-based* cujas informações são adquiridas e armazenadas sem que haja algum problema determinado que exija aquela informação obtida.

O *impression-driven* prevalece sobre o *memory-base* quando há descrença no que está armazenado na memória, ou seja, se o eleitor acredita que pode haver algum equívoco ele pode requisitar a informação mais recente. Nesse sentido, se torna mais eficiente por afastar a possibilidade de representações do mundo político que por algum motivo não correspondam mais a realidade.

Então, como já dito, no *impression-driven* a informação é procurada pelo eleitor com objetivo claro de responder questões bem delimitadas. Nesse processo, a informação não circula da *working memory* (WM) para *long-term memory* (LTM). A solução do problema é a partir da WM sendo em seguida apagada⁵³. Nesse caso, como o eleitor recebe a informação sem repassar para *long-term memory* (LTM) impede, por exemplo, que o

⁵² Conforme Downs “mesmo a escolha de metas exige informação, já que apenas sua meta definitiva – sua ideia do estado social ideal – existe independentemente de seu conhecimento da situação atual” (Downs, 1999, pág. 228).

⁵³ O processo de exclusão de informações desnecessárias gera economia cognitiva, já que não há acúmulo de informações desnecessárias (Lodge; McGraw; Strohm, 1989).

juízo seja pautado por comparativos – o governo “A” age de forma X, enquanto, o governo “B” age de modo Y⁵⁴.

O dinamismo desse tipo de avaliação encurta a interseção com conhecimento proveniente de outras áreas. Por isso, no *impression-driven* as experiências de vida do eleitor passam a ter pouca relevância. Mas deve ficar claro que isso se deve muito mais ao modelo avaliativo elaborado pelo eleitor não requisitar o que está armazenado na LTM⁵⁵.

Nesse sentido, imagine um eleitor com modelo avaliativo pautado pela capacidade do governo em manter ou ampliar o poder aquisitivo dele. Esse processo se inicia com a definição de que governos têm responsabilidade pela economia e que os ganhos ou perdas dos eleitores dependem da atuação do governo. A partir desse enquadramento, o próximo passo é definir as variáveis relacionadas a esse problema como inflação, aumento de impostos, elevação das tarifas dos serviços fornecidos pelo governo, indicadores de emprego, entre outros. Estabelecido o problema e suas variáveis se inicia a necessidade de atenção sobre os fatos que recaem sobre eles.

A atenção se vincula a ansiedade ou entusiasmo que as variáveis geram no eleitor. Assim, em épocas de crise econômica, para esse tipo de eleitor que liga o governo a benefícios econômicos, a ansiedade vai pautar a avaliação. O risco de desemprego produzirá ansiedade sem que ele mantenha comparativos de ansiedade, ou seja, o objetivo será sempre não ter ansiedade. Assim, o governo pode ter realizado um excelente trabalho no passado que será, simplesmente, descartado à medida que a ansiedade surge.

A ansiedade bloqueia que se busque qualquer *affective tag* relacionada ao governo e que estão presentes na LTM. Além disso, a ansiedade, conforme apresenta a teoria da inteligência afetiva, ativa o sistema de vigilância deixando o eleitor mais atento ao funcionamento do governo⁵⁶.

⁵⁴ Essa estratégia, também, é usual para os eleitores jovens, já que eles não têm modelos de governo adquiridos com experiências vividas.

⁵⁵ Processamento on-line, também, acontece quando a questão é específica e não há nada na memória que possa apresentar qual a solução mais viável.

⁵⁶ A teoria da inteligência afetiva aponta que os julgamentos políticos são norteados por dois sistemas distintos atuantes na mente humana: sistema de disposição e sistema de vigilância (Marcus et al, 2000). O primeiro atua produzindo entusiasmo facilitando o desenvolvimento e compreensão de novas atividades, já o segundo cria ansiedade e temor sendo útil para aumentar a atenção contra possíveis ameaças. Nesse sentido, os entusiasmados analisam o cenário político por esquemas simples como a filiação partidária, enquanto, os mais temerosos buscam métodos mais criteriosos de análise como, por exemplo, a comparação sobre as

Por não ser direcionada pelas lembranças alojadas na LTM, o processamento on-line dá caráter de imprevisibilidade ao jogo político. Dessa forma, um governo excelente nos seus primeiros anos e péssimo em seus últimos dias não conseguirá aprovação dos eleitores que utilizam o modelo *impression-driven*.

3.4.2.2 - A avaliação memory based

O modelo *memory-based* indica que quando os eleitores avaliam o governo ou um candidato eles buscam na memória tudo que eles sabem sobre quem irá ser avaliado e fazem um balanço entre os prós e os contras. Nessa perspectiva, para que haja avaliação é necessário: motivação, atenção; recepção; armazenamento e reativação.

Para que o eleitor estabeleça um critério para aprovar ou desaprovar candidatos ou governo ele necessita primeiro de motivação, ou seja, é preciso haver necessidade de acompanhar como os acontecimentos do mundo político estão se desencadeando. São as emoções que impedem que os indivíduos procrastinem fazendo com que eles se mantenham alerta sobre, por exemplo, como o governo está funcionando⁵⁷.

O processo avaliativo tem como ponto de partida a definição daquilo que tem relevância para o eleitor. Assim, no *memory-based* os problemas políticos elencados estão vinculados ao conhecimento prévio que se articula as informações recebidas⁵⁸, ou seja, o eleitor tem suas convicções sobre qual o papel do governo e o que tem que ser feito. Por exemplo, o eleitor ativista ambiental entende a necessidade de proteção ambiental e identifica as heurísticas que corroboram com o seu ponto de vista.

qualidades pessoais e o passado dos atores (Redlawsk, 2006). No entanto, tanto ansiedade quanto o entusiasmo são importantes para a motivação dos atores sobre a política (Marcus, 1993).

⁵⁷ O baixo conhecimento não indica que os indivíduos não estão vigilantes e sim que o andamento do governo está correspondendo à expectativa.

⁵⁸ O custo para abandonar o conhecimento prévio sobre a política e buscar se informar a partir de uma nova perspectiva é muito elevado. Uma vez que as atitudes se tornam cristalizadas fomentando um modelo bem elaborado na mente do eleitor que responde sobre todo tipo de questão daquilo que seria o mundo político o descarte para que se assumam novas concepções é praticamente inviável.

Esse conhecimento político está alojado na *long-term memory* (LTM) sendo estruturado por associações. Por meio de *spread activation* esses acontecimentos circulam entre a LTM e a *working memory* (WM)⁵⁹.

Vale ressaltar que as informações são processadas e conduzidas para a LTM junto com sua carga afetiva. Assim sendo, afeto direciona o processamento de informação apontando o que deve ser absorvido e quando deve ser recuperado da memória⁶⁰. Além disso, o afeto funciona como atalho para decifrar informações complexas.

Nesse sentido, os objetos são agrupados na mente em categorias e quando despertados provocam *affectives tags*, que são sentimentos (positivos ou negativos) vinculados ao objeto. Por outro lado, vale lembrar que o afeto também terá relevância no resgate do conhecimento que está armazenado na LTM. É nesse sentido que Abelson (1963) distinguiu “*cognição hot*” de “*cognição cold*”, pois a primeira apresenta conhecimento com interferência afetiva desde a recepção até a ativação, sendo assim percebido como *hot*.

Desse modo, quando o julgamento político é induzido por *hot cognition* o conhecimento utilizado será pautado pelo afeto. Com base nisso, as decisões que o eleitor toma no presente se relacionam aos aspectos afetivos experimentados no passado.

Além disso, *hot cognition* pressupõe que na falta de conhecimento político o afeto balizará o julgamento. É nesse sentido que “*feeling become information*” (Lodge; Taber, pág. 207), ou seja, na falta de conhecimento completo sobre o fato político as associações que se estruturam na LTM e suas respectivas *affectives tags* ativam as emoções que guiarão a decisão (Cassino; Lodge, 2007). Esse é o caso da avaliação do governo, pois os eleitores não têm conhecimento sobre tudo que o governo faz e sobre como essas ações podem afetar as suas vidas, mas podem, por meio de heurísticas como o partido do governante, aprovar ou desaprovar a administração. Com isso, “*individuals are able to offer an opinion about an object when they fail to recall any information about it*” (Cassino; Lodge, 2007, pág. 104).

⁵⁹ A informação circula entre a memória LTM e WM através de um mecanismo de *spreading activation*. “*Activation represents the ‘firing’ or energizing of a node as a result of seeing, hearing, or thinking about that concept. In this process, the node in LTM switches from being dormant to a state of readiness with the potential to be moved into WM*” (Lodge; Taber, 2000, pág. 193).

⁶⁰ “*Specific to politics, all political leaders, groups, issues, and ideas you have thought about and evaluated in the past are now affectively charged and this affective tag is stored directly with the concept in long-term memory*” (Lodge; Taber, 2000, pág. 183).

Assim, quando alguém analisa o desempenho do governo o faz sob influência de aspectos como: sentimentos vinculados ao partido que está governando, identificação com os apoiadores ou opositores do governo; as características pessoais do governante, entre outros fatores que se estruturam na mente através de nós uns ligados aos outros. Desse modo, como dito acima, os objetos se organizam em categorias na LTM com suas *affectives tags*.

Com base nisso, ao avaliar o funcionamento do governo alguns indivíduos vinculam, por exemplo, a avaliação a sentimentos mantidos ao partido, a atores que compõem o governo, entre outras coisas. Por sua vez, isso barra a capacidade de julgar a partir de outras estratégias como, por exemplo, os resultados econômicos obtidos pelo governo, pois uma vez que atitude positiva forte ligada ao partido funciona como atalho no processo informacional ou indica quais informações devem ser adotadas acontece contra-argumentação⁶¹ ou desatenção.

A desatenção, muitas vezes, é uma estratégia defensiva utilizada pelos eleitores para evitar aqueles que contradizem as suas “paixões”. Sob essa estratégia é que os eleitores de Nixon tenderam a desconsiderar a cobertura sobre o caso Watergate, enquanto, os opositores buscaram colher a maior quantidade de informação possível, sobretudo, se elas fossem negativas (Sweeney; Gruber, 2004).

O tipo de avaliação com base na memória pode ainda articular conhecimentos que não foram adquiridos para serem utilizados diretamente em questões políticas, mas que podem vir a serem ativados pelas *affectives tags*. Isto pode ser provocado por meio de metáforas, esquemas e *frames*⁶². Desse modo, a capacidade de articular esses três fatores irá determinar o modo como o governo é visto.

Assim, a avaliação não se torna apenas um *check-list* de vantagens recebidas. Até mesmo a visão sobre as vantagens é carregada afetivamente. Por isso, é comum eleitores que apesar de exorbitantes ganhos econômicos desaprovarem o governo. Para ilustrar, imagine um indivíduo que durante determinado governo teve o patrimônio ampliado em X, mas, por

⁶¹ Os eleitores que possuem atitudes fortes precisam justificar para eles mesmos o motivo da decisão. O contra-argumento irá suprir essa necessidade além de dar característica racional a decisão tomada.

⁶² Até mesmo o local em que os sujeitos se encontram pode ter efeito sobre suas lembranças. Dessa forma, sugestões do ambiente podem ativar esquemas que, por sua vez, irão conduzir as avaliações dos eleitores (Berger; Meredith; Wheeler, 2008). Assim, o local influencia o contexto das decisões, por exemplo, em escolas os indivíduos tendem a priorizar questões relativas a educação.

outro lado, os membros do grupo rival ao seu ganharam 10X, esse indivíduo pelo simples esquema “nós” contra “eles” se posiciona contra o governo⁶³. Muitas vezes este é o caso daqueles que apesar de seus ganhos desaprovam o governo por implantar políticas de cotas e de transferência de renda⁶⁴.

O modelo *memory-based* permite diversos outros esquemas. A sua importância está em possibilitar menor instabilidade e ser menos susceptível a estímulos momentâneos e passageiros. Desse modo, lança o desempenho do governo entre um dos fatores de maior peso na hora do voto.

Razão e emoção são inseparáveis no julgamento político. Assim, não é irracional que as decisões sejam baseadas por estímulos ou atalhos afetivos. Nos dois modelos de avaliação aqui apresentados foi demonstrado como a emoção atua no direcionamento da leitura que os atores fazem do mundo político.

No primeiro tipo de avaliação, processamento on-line, acontece uma espécie de *check-list* mental sobre a atuação do governo pesando os prós e contras. É uma avaliação do tipo procedimental onde, em um processo contínuo, o eleitor tem que analisar cautelosamente todas as informações que colhe antes de fazer a análise.

No segundo tipo de avaliação, *memory-based*, o conhecimento político com suas *affective tags* permanece na memória de longo prazo sendo ativado por meio de estímulos afetivos. Nesse conhecimento *hot* a avaliação é do tipo sumária sem que haja a obrigatoriedade de checagem constante sobre a atuação do governo. Assim, o gostar ou não gostar irá corresponder à articulação de esquemas, metáforas e *frames*.

Em todos esses tipos a atenção que os indivíduos lançam sobre determinada questão política será proporcional a capacidade que ela mantém de interferir na rotina dele sofrendo estímulos afetivos com capacidade de neutralizá-la ou desviar o foco para outro

⁶³ Esse modo de ver o mundo e de entender o que o governo “deve ser” foi explorado por Reagan quando esse apresentou a Welfare Queen – uma mulher, negra, com comportamento considerado à época como imoral que desfilava com seu Welfare Cadillac nas ruas de Chicago. Welfare Queen possuía mais de trinta endereços, usava vários nomes e contava com mais de doze cartões do seguro social. No entanto, havia um pequeno detalhe Welfare Queen nunca existiu ela apenas foi criada por Reagan para atizar a raiva de machistas, racistas e daqueles contrários as pessoas que se beneficiavam de algumas políticas sociais (Lakoff, 2009).

⁶⁴ O esquema “nós” contra “eles” é apenas um entre vários modos de medir a atuação do governo. Mas todos dizem respeito à capacidade do governo transmitir sentimentos positivos ou negativos. Dessa forma, governos que traem a confiança, que envergonham, que humilham, que não compartilham das mesmas normas e valores, entre outros aspectos negativos terão como retribuição a indignação, o ódio e a vingança dos eleitores.

problema. Nesse sentido, em alguns casos os indivíduos serão meros espectadores do debate político sem qualquer interesse ou capacidade contestatória⁶⁵. Em outros, eles serão motivados a buscarem argumentos que se adéquem a opinião cristalizada em momento anterior ao da informação recebida.

Assim, a avaliação sobre o desempenho do presidente irá variar conforme os sentimentos que a sua atuação desperta. Se produzir sentimentos positivos como entusiasmo ele será aprovado, caso contrário, ele crie sensações negativas como ansiedade ele será reprovado.

3.4.3. O papel da emoção na avaliação do governo

Por um longo período, a influência da emoção na definição do julgamento político foi subestimada. Razão e emoção eram tratadas como indissociáveis. A razão conduzia os eleitores a decisões criteriosas e regidas pela volúpia de aumentar os benefícios que poderiam ser adquiridos com a política. Já a emoção correspondia a forças inconscientes capazes, quase sempre, de produzir efeitos negativos. Assim, o voto com base na emoção era inconsequente e danoso para o próprio eleitor. Por outro lado, apenas o eleitor racional seria atento as questões políticas e capaz de tomar aquela que seria a melhor decisão para o seu propósito.

Apesar disso, com matizes diversas, vários estudos pinçaram nuances emotivas para a compreensão do voto. Nesse sentido, a perspectiva de apelos afetivos fomentarem a cisão e a adesão política pode ser vista desde os estudos da escola de Michigan. Campbell et al. (1960) lança foco sobre o contexto que desvia o eleitor daquele que parecia ser o caminho natural a ser trilhado.

Assim, Campbell et al (1960) observou que, no período eleitoral, um grande conjunto de indivíduos não correspondiam aos apelos da base social, ou seja, em alguns casos, os laços que prendiam os eleitores aos grupos perdiam a capacidade de manter a coesão acerca da leitura do ambiente político. Esse desprendimento facilitava a associação dos eleitores a partir de apelos direcionados por candidatos ou partidos.

⁶⁵ Se tudo vai bem não há por que contestar, se não há porque contestar é desnecessário arcar com os custos informacionais.

Nesse cenário, a ideia de que os eleitores apresentavam atitudes bem delimitadas e estáveis vinculadas ao grau de pertencimento a determinada classe social ou grupo cede espaço a um eleitor atento as condicionantes políticas. Entretanto, se vislumbra a identificação partidária como componente emocional de sugestão a leitura do cenário político. Em outras palavras, a partir do vínculo ao partido se constrói elementos interpretados das posições exercidas no jogo político.

No entanto, o desenvolvimento do afeto como de relevância na compreensão acerca do comportamento eleitoral foi completamente desencorajada pela teoria da escolha racional. Tal teoria partia do pressuposto básico da crença na razão como contraposto a emoção. Enquanto, a ação racional conduziria a benefícios as decisões creditadas a emoção provocariam incertezas e ameaças a estabilidade política. Dessa forma, a avaliação seria apenas a resultante da leitura feita pelos eleitores das ações do governo. Isto é, os eleitores julgariam o governo a partir de indicadores econômicos e sociais sem qualquer interferência de outros estímulos. A avaliação seria previsível tornando a ação do governo mais fácil.

Para a escolha racional, o objetivo do governo é estabelecer políticas focando unicamente a reeleição. Nesse cenário, a avaliação balizaria a ação do governante. O governo seria formado por atores racionais para eleitores racionais. Para tanto, seria necessária a uniformidade de ação dos sujeitos que compõem o governo como, também, os eleitores necessitariam compreender todas as ações e separar aquelas que têm importância das insignificantes. Diante disso, o governo, muitas vezes, age acreditando que está atuando para ampliar a aprovação e o efeito é contrário.

Isto acontece, pois a avaliação que os eleitores fazem da atuação do governo é um processo contínuo que envolve interpretações sobre a capacidade do governo em promover políticas que possam significar prejuízos, ameaças, obstáculos ou benefícios. Essas interpretações são subjetivas e vinculadas a experiências individuais. Tais experiências classificam as ações do governo como significantes ou insignificantes dependendo da capacidade demonstrada em promover ou reduzir o bem-estar.

A sensação de bem-estar é, portanto, o fator que orienta a avaliação. Dessa forma, se o indivíduo considera que tudo vai bem as chances dele se posicionar contra o governo são escassas. No entanto, vale destacar que a avaliação não é feita apenas por atores movidos

por interesses individuais. Os eleitores não se importam somente consigo, há, também, impacto da percepção de outros acerca da atuação do governo na avaliação individual. A troca de informações entre os indivíduos, geralmente, carrega consigo experiências, observações ou preferências sobre alguma coisa. Os indivíduos constroem definição acerca do governo a partir de suas experiências subjetivas e confirmam suas impressões a partir das relações sociais. A avaliação pode ser isolada, mas é validada por meio do conjunto de avaliações.

A partir disso, a leitura sobre indicadores para compreender como o governo está agindo deve englobar o peso da ação sobre o coletivo. Como por exemplo, o desemprego afeta não apenas aquele que está procurando emprego, como, também, todo o conjunto de sua família. Por não captar essas nuances, muitas vezes, não se compreende como indicadores apontam certo cenário, enquanto, a sensação de bem-estar dos indivíduos aparenta estar deslocada daquilo que seria a realidade. No caso do desemprego, é perceptível que a taxa de jovens desempregados, geralmente sem filhos, terá peso díspar quando comparada com a taxa de adultos desempregados. Assim, pouco importa se 5% ou 10% da população está buscando emprego quando não se traduz essas minúcias se seus efeitos sobre o bem-estar geral⁶⁶.

A leitura acerca da atuação do governo depende de eventos responsáveis por estimular e ativar respostas. Por sua vez, eventos insignificantes não mobilizam e não repercutem em ação política. Não há ação política sem motivação para reconhecer os estímulos do ambiente político. Antes de tomar uma decisão política é necessário ter disposição para processar as informações elencá-las em uma ordem de prioridades estabelecendo hierarquias. Assim, a compreensão que os eleitores mantêm sobre a atuação do governo requisita previamente esses estímulos.

No entanto, a relação do eleitor com o governo é desigual, já que geralmente o governante possui informações mais qualificadas. Os indivíduos possuem conhecimento limitado sobre como o governo funciona. A análise sobre possíveis soluções políticas é superficial

⁶⁶ Por sua vez, ao acreditar que os eleitores avaliam o governo apenas com base em resultados econômicos, as formulações de análise passadas por estrategistas se restringem a checar atributos cujo efeitos são questionáveis, como, por exemplo, relacionar o PIB com boa avaliação. Isto não considera que as variações no PIB podem permanecer desvinculadas as sensações de bem-estar. Já os eleitores, muitas vezes, são constrangidos a apresentarem avaliação vinculada a indicadores econômicos para se enquadrarem naquilo que é entendido como “racional”.

contemplando poucas variáveis, como, também, é perceptível o desconhecimento sobre efeitos adversos atrelados as soluções propostas. Nesse cenário, a oposição cumpriria o papel de alertar e informar sobre pontos negativos omitidos pelo governo. Porém, até mesmo a oposição encontra dificuldade para informar o eleitor, por não contar com os mesmos recursos.

Além disso, muitas vezes, o governante cumpre o papel de identificar prioridades para os eleitores, já que esses não nutrem qualquer expectativa sobre as ações do governo. Quem governa não só tem a capacidade de formular e implementar políticas, como, também, possui meios eficazes de induzir a crença de que tais políticas são essenciais e apontar como elas devem ser analisadas.

Dessa forma, o processo avaliativo não pode ser considerado como resultante de meras decisões conscientes realizadas pelos indivíduos para atingir fins conhecidos. Ele envolve tanto decisões automáticas quanto decisões controladas e conscientes. Isto enfraquece a crença de que bons governos são apenas aqueles que promovem resultados econômicos satisfatórios. Como, também, a avaliação não pode ser vinculada ao conhecimento político, pois eventos são subestimados ou superestimados a partir de critérios subjetivos. Em alguns casos, o governo é julgado por eventos que ele não controla, como, por exemplo, ataques de tubarão (Achen e Bartels, 2004) ou é analisado a partir da interferência de ruídos, ou seja, os eleitores apesar de compreender que determinando evento não oferece risco agem como se estivessem diante de uma grande ameaça.

Além disso, é preciso compreender que os indivíduos têm limitações quanto à manutenção de vários processos simultâneos de avaliação, a atenção é seletiva, há constante negação da realidade – os próprios eleitores redimensionam as falhas do governo para evitar a decepção, como, existe também ambiguidade na interpretação da ação política e sobre o que é certo ou errado. A avaliação do governo não consegue ser imune a essas interferências. É preciso ainda lembrar que “when we evaluate an object or an event, we are describing not so much what is in the object or in the event, but something that is in ourselves” (Zajonc, 1980, pág. 157).

Avaliações e preferências políticas estão vinculadas a processos cognitivos sendo a compreensão do ambiente político, pelos eleitores, atrelada às experiências subjetivas pessoais. Cada julgamento e decisão se ampara em avaliações dotadas de motivação para

analisar os diversos estímulos, captar as mudanças do cenário político, se adaptar a esses novos cenários, interagir com antagonistas e, sobretudo, agir. Dessa forma, a ação política depende de interpretações individuais. Nesse cenário, entender como a emoção e cognição operam se tornam fundamentais.

Emoções afetam o comportamento político dos indivíduos dirigindo o processo de tomada de decisão, incitando respostas aos estímulos do ambiente, classificando quais eventos políticos são relevantes. O processo emocional indica o que é importante para que o indivíduo mantenha atenção conduzindo a captação e armazenamento de informações. Porém, apesar das emoções serem centrais para a ação humana, por muito tempo o seu estudo foi negligenciado ou percebido como irrelevante (Skinner, 1953).

Várias disciplinas têm contribuído para o estudo sobre emoção, entretanto, o conceito tem se tornado disperso⁶⁷. Emoção é um processo de identificação e classificação de informações atrelado a motivação e respostas que promovem mudanças neurofisiológicas vinculadas a avaliações de um evento externo. Elas podem variar a partir de contextos culturais como podem se limitar a fatores psicológicos ou biológicos dos indivíduos.

De forma mais simples, emoção pode ser compreendida como a leitura de determinada situação pelo organismo a partir da experiência emocional (Frijda, 1986). No entanto, tal leitura está vinculada a certa dimensão social (Kappas, 1996; Manstead e Fischer, 2001). Assim, identidade, normas, valores e justiça são centrais no dimensionamento da emoção. Normas determinam quais comportamentos são toleráveis e apresentam sanções para os casos desviantes. Os sujeitos são levados a sentir vergonha por suas ações, eles podem ser excluídos caso não se adequem ao padrão estabelecido.

Por sua vez, a raiva ou temor impulsionam a cobrança da manutenção das sanções vinculadas as normas. Os defensores agem a partir da ameaça do desconhecido, eles temem consequências nefastas que poderiam surgir com o desaparecimento do padrão de comportamento que eles prezam. A percepção sobre aquilo que seria injustiça também provoca a orientação das emoções (Mikula, Scherer e Athenstaedt, 1998). É possível ter

⁶⁷ Os indivíduos criam uma definição clara sobre o que seriam as emoções. Os *folk concepts* são úteis para identificar a distinção estabelecida pelos sujeitos para cada tipo de emoção. As emoções podem ainda ser divididas em utilitárias e estáticas. As emoções utilitárias facilitam a resposta dos indivíduos a determinadas situações, como, por exemplo, a raiva e a alegria. Por sua vez, a emoção estética é aquela transmitida pela arte, sobretudo, durante encenações artísticas ou pela música.

níveis de intensidade de raiva diferente a partir da ideia elaborada sobre justiça ou injustiça. Com isso, os indivíduos planejam suas ações com base nos efeitos sociais que elas podem desprender.

A cultura influencia na forma como os indivíduos identificam e interagem com a emoção. Algo que é motivo de orgulho para alguns pode ser insignificante para outros. A influência, também, se dá sobre a intensidade da emoção. Determinado evento pode ser mais prazeroso e despertar mais alegria em determinada cultura. Nesse sentido, emoções são compreendidas como reações ao ambiente e estímulos a ação que variam de forma distinta para cada sociedade. Tanto as diferenças nas reações emocionais quanto na ordem das preferências podem ser explicadas pela cultura (Elster, 1996).

A emoção pode ainda ser fruto da personalidade, onde as desordens emocionais merecem atenção por dificultar a adaptação do indivíduo as condicionantes do ambiente (Lazarus, 2001). Como, também, podem variar conforme estruturas inatas do indivíduo o que explicaria a presença ou ausência de desordens emocionais. Entre outras coisas, o posicionamento biológico apresenta que as emoções podem depender de alterações hormonais que provocam mudanças na percepção dos indivíduos sobre o ambiente⁶⁸ ou de estímulos não controlados. Músicas, por exemplo, podem criar sensação de euforia ou pesar.

Nos últimos anos, a partir de análises sobre os efeitos de doenças ou danos cerebrais, a forma como as emoções afetam o comportamento humano ficou mais evidente. Estas análises foram essenciais na identificação de estruturas cerebrais responsáveis por articular sensações emocionais e fluir respostas emotivas. As estruturas biológicas dão base para as emoções, mas não determinam detalhadamente como elas irão ser ativadas. Elas seriam algo como *hardware* necessitando de um *software* para ser funcional. Assim, tais estruturas podem ser ajustadas conforme as relações humanas.

As emoções são complexo conjunto de transformações psicobiológicas voltadas a promover a vigilância, intensificar as respostas e aprendizagem para adequar o indivíduo ao ambiente ou promover transformações no ambiente para restabelecer ou manter o bem-estar. Elas são adaptadas as circunstâncias, porém o processo que possibilita essa adaptação não é apenas um frio encadeamento de identificação e avaliação do ambiente.

⁶⁸ A abordagem psicobiológica se desenvolveu com mais impulso a partir de Le Doux (1996).

Emoção tem funções adaptativas, elas motivam e conduzem os indivíduos ao ajustamento as circunstâncias. No entanto, a capacidade de adaptação e flexibilidade da emoção depende de condicionantes cognitivas (Plutchik, 1984).

Scherer (2001; 2005) entende que existem outros fenômenos afetivos distintos de emoção. Entre eles destaca-se: preferência – julgamentos sobre determinados fatos, consideração sobre gostar ou não gostar de algo; atitudes – crenças estáveis sobre pessoas ou objetos; humor – envolve sentimentos subjetivos podendo vir à tona sem a necessidade de evento como estímulo; disposição afetiva – tendência a apresentar com mais frequência certo tipo de sentimento; postura interpessoal – utilização de certo estilo afetivo como estratégia na relação estabelecida com as pessoas.

Vale ainda destacar que emoção, sentimento e humor são fenômenos distintos⁶⁹. Sentimento decorre de experiências subjetivas da emoção. O humor é desencadeado por eventos, mas se distingue da emoção, sobretudo, por não possuir *action tendencies*. Já a emoção é mais complexa possuindo conjunto de componentes que se articulam como, por exemplo, *appraisal*, elementos fisiológicos, expressão motor e a motivação.

Emoção, também, não pode ser confundida com reflexos e *physiological drives*. *Physiological drives* servem para manter o organismo em equilíbrio. Eles possibilitam, por exemplo, saber o momento exato quando o organismo necessita repor as energias antes que entre em colapso. *Physiological drives* são inatas a todos os indivíduos e vão além da motivação servindo para forçar os indivíduos a explorar e dominar o ambiente para saciar os seus instintos (Lazarus, 1991). Sentir fome não é questão de reflexo ou emoção.

As emoções são determinadas por avaliações (*process appraisal*) conscientes de eventos ou surgem fora da automaticidade determinada por decisões reflexivas. Nos últimos anos, vários modelos têm interpretado essa dualidade como, por exemplo, o *dual-process model* (Baumeister et al., 2007), processo iterativo (Cunningham e Zelazo, 2007), *parallel-constraint model* (Barrett et al., 2006), *sequence model* (Ortony et al., 2005).

Dessa forma, os fatores que promovem a emoção são: avaliação que os indivíduos fazem da sua relação com o ambiente (*process appraisal*) (Lazarus, 1991); limitações ou

⁶⁹ O termo “afetivo” é utilizado, em alguns casos, como sinônimo de emoção, mas geralmente se refere a sentimentos, emoções e humor (Fox, 2008).

estímulos biológicos que determinam, inclusive a capacidade de compreender expressões faciais e indicam a forma da ação ou reação (*action tendencies*) (Le Doux, 1994, Damásio, 1996). Como, também, é necessário considerar os fatores subjetivos, as incapacidades naturais dos indivíduos em processar informações e o processamento associativo.

3.4.3.1. Emoção e Cognição: Appraisal Theories

Os indivíduos estão constantemente recebendo e processando informações. Tais informações são classificadas e ordenadas hierarquicamente a partir da capacidade demonstrada em induzir o bem-estar. Após o processamento as informações são armazenadas na memória de curto prazo servindo como base para novas avaliações. A emoção surge como resultado desse processo de avaliação com sua *arousal* – quantidade da emoção – e *valence* – qualidade positiva ou negativa – passando a coordenar as próximas avaliações. Todo esse processo não é rígido e se ajusta a partir das experiências vivenciadas pelos indivíduos tendo como base as condicionantes do ambiente e suas estratégias de sobrevivência.

As *appraisal theories* consideram a emoção como resultante das várias avaliações que os sujeitos estão fazendo a todo o momento⁷⁰. Assim, emoção varia conforme a percepção que os indivíduos mantêm do ambiente, suas análises acerca de prejuízos e benefícios (Lazarus, 1991). Por sua vez, a percepção varia conforme a experiência e conhecimentos individuais, com isso as emoções não são necessariamente conscientes.

A capacidade de um evento provocar certo tipo de emoção é mutável, pessoal e intransferível. Por isso, um acontecimento pode provocar vergonha em determinada situação e ao longo do tempo ser reinterpretado deixando de provocar a mesma emoção. O caráter pessoal diz respeito à qualidade de ser dependente das experiências vividas pelo

⁷⁰ Appraisal acontece em três níveis sendo eles: sensorimotor; esquemático e nível conceitual (Leventhal e Scherer, 1987).

receptor do estímulo e, portanto, não é passível de transferência. Por isso, o fato de alguém sentir medo não, necessariamente, provoca uma disseminação do medo entre a população.

A ideia de emoção como resultante da avaliação de eventos não é tão recente. Arnold (1960) foi pioneira no uso do termo “avaliação”⁷¹. Para ela, a emoção é precedida por avaliação acerca do bem-estar que, por sua vez, é adaptativo as condicionantes do ambiente (Arnold, 1950). Vale destacar que a emoção pode decorrer de eventos imaginados pelos indivíduos e distantes da realidade.

As mudanças na avaliação são necessárias para manter o equilíbrio e afastar perigos. Nesse modelo, a emoção gera um conjunto de soluções alternativas direcionando a análise e a resposta dos fenômenos. Com isso, ao sentir medo, o indivíduo pode simplesmente fugir ou atacar. Nesse sentido, emoção é então percebida como conjunto de respostas adaptativas para problemas cotidianos ou inesperados.

O processo *appraisal* é subdividido em: *primary appraisal* onde ocorre a análise se o evento é positivo ou negativo e qual a sua influência para o bem-estar; *secondary appraisal* onde o indivíduo avalia a sua capacidade de interferir sobre o evento, sua habilidade de lidar com a situação, e, por último, ocorre a *re-appraisal* onde se mantém o monitoramento sobre a *primary* e *secondary appraisal*. *Primary* e *secondary appraisal* se articulam sem que haja predominância de uma sobre a outra (Lazarus, 2001).

Cada emoção depende de um tipo específico de *appraisal* e se articula em torno dos componentes encontrados tanto na *primary* quanto na *secondary appraisal*. Além disso, os vários estados emocionais dependem do componente *appraisal* específico sobre qual eles estão vinculados.

É ainda necessário considerar as avaliações de poder ou sobre a capacidade de lidar com o evento. A primeira identifica a capacidade de compreender que o evento foi ou pode ser dirigido por alguém, enquanto, a segunda marca a capacidade de influenciar o evento ou adaptar-se a ele. Assim, a avaliação não resulta em apenas respostas a estímulos, mas também possibilita a capacidade de lidar com o problema atrelando soluções e controlando os efeitos, reavaliando-o e condicionando as novas situações.

⁷¹ Appraisal foi inicialmente definida por Arnold (1960) e Lazarus (1966).

Dessa forma, compreende-se que as emoções são elaboradas a partir do processo avaliativo e concorrem para direcionar o processo de tomada de decisão e a aquisição de novas informações⁷². O processo avaliativo é composto por várias etapas que atuam concomitantemente, não há ausência de predominância de uma sobre a outra. O modelo desenvolvido por Scherer (2003), representado na Figura 1, demonstra a relação dessas etapas.

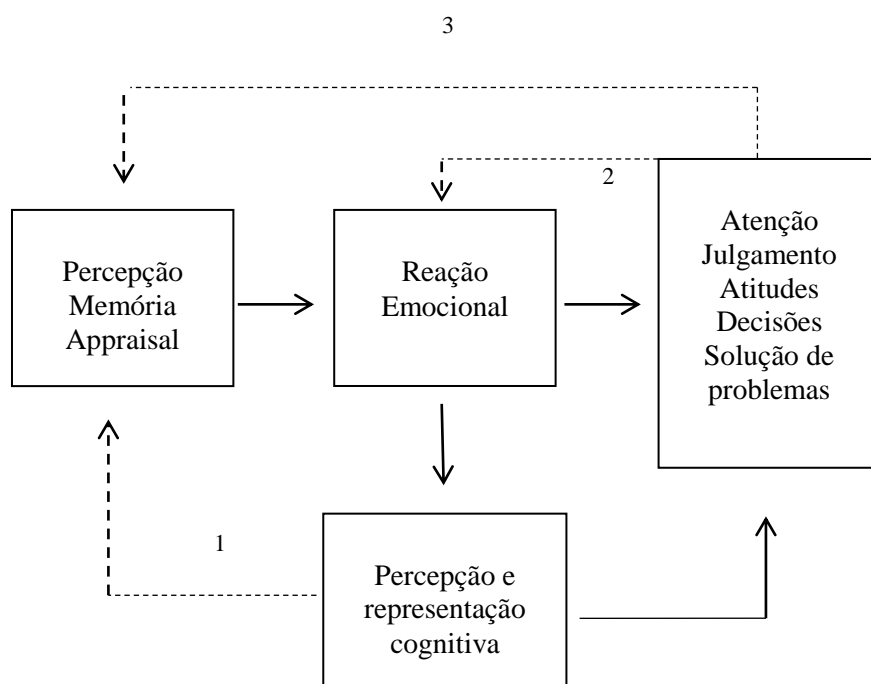


Figura 2 - Efeitos recursivos entre cognição e emoção (Scherer, pág. 567).

Nesse processo, onde as emoções são respostas a estímulos do ambiente articuladas a capacidades e habilidade cognitivas dos sujeitos, é necessário compreender a análise que os indivíduos fazem da implicância do evento para o seu bem-estar, como, também, a capacidade que eles demonstram de adaptação e de convivência com a situação. Cada avaliação dá base para as próximas por serem frutos de experiências pessoais e de certa forma construírem novas experiências.

⁷² O processo *appraisal* é criticado pela insuficiência de explicar a capacidade cognitiva dos sujeitos para gerar todas as emoções. Nem todos os fenômenos poderão ser explicados pelo *appraisal process* (Scherer, 2001).

Assim, as emoções são respostas, com base em experiências subjetivas, para interpretações acerca de acontecimentos. No entanto, ao mesmo tempo em que depende de avaliações anteriores dá margem a atualizações fomentando a construção de reinterpretações. No modelo de Scherer (2003) apresentado na Figura 1 é possível identificar essa intensa relação entre os diversos mecanismos e suas redefinições.

Assim, a atenção sobre determinado evento incide sobre a percepção resultando em reações emocionais, por sua vez, a reação emocional terá impacto sobre julgamentos e decisões repercutindo em novos eventos. Por exemplo, a atenção sobre determinadas políticas conduz a percepção e a memória sobre os fatos que a ela se vinculam. Este conjunto resultará em reação emocional que pode ser a ansiedade que, por sua vez, irá fomentar decisões como se opor a determinado partido ou candidato e isto refletirá em consequências para manter essa posição ou alterá-la quando na ausência da ansiedade.

O grande ponto desse processo passa a ser a motivação. Para avaliar e agir é necessária motivação suficiente para identificar os diversos estímulos. É preciso se manter vigilante as mudanças no ambiente. No caso específico da avaliação do governo, a base motivacional é formada pelo conjunto das necessidades, metas e valores do eleitor que estruturam aquilo que é considerado como benefício ou ameaça. Por sua vez, a ausência tanto de benefício quanto de ameaças desmotiva a ação. A disputa pela atenção sobre as ações do governo passa pela disseminação do medo. O medo estimula o interesse pelas questões políticas. Ele amplia a atenção e aguça a busca por novas informações (Marcus, Neuman e MacKuen, 2000; Brader, 2006; Valentino et al., 2008).

A *appraisal* é automática, instantânea e geralmente ocorre sem o controle do indivíduo. Os eventos são constantemente elencados a partir de uma hierarquia de prioridade, avaliados e respondidos. Para tanto, é necessária habilidade para elencar representações e articular ideias em julgamentos sofisticados sobre a realidade mantendo o foco na leitura sobre a capacidade do evento interferir no bem-estar, como, também, nos eventuais reflexos desencadeados pela ação.

Apesar do processo ser automático, alguns indivíduos desenvolvem a capacidade de controlar a emoção. Eles conseguem dissimular ou diminuir a intensidade da emoção como parte de uma estratégia. Isto acontece principalmente quando a ação adequada não pode ser realizada ou demonstrar certa emoção pode acarretar prejuízos. Assim, deixar claro a

inveja sobre alguma coisa não é vista com bons olhos ou demonstrar medo em determinadas situações pode ser encarado como sinal de fraqueza.

Por outro lado, nada é mais temível do que a teatralidade das relações humanas, pois relações artificiais criam instabilidade e insegurança entre os agentes. A relação com outros se estrutura na capacidade de identificar ações e reações para afastar a imprevisibilidade. Com base nisso, os indivíduos buscam, constantemente, aprimorar a capacidade de identificar como os outros interpretam os eventos para tentar prever qual reação emocional eles terão.

No entanto, essa tarefa deve considerar a capacidade de ajustamento do comportamento às situações vivenciadas⁷³. Com isso, a emoção seria então a combinação das diversas formas de interpretação e ressignificação dos eventos. Isto não apenas determina como será o processo emocional, como, também, indica que tipo de emoção será desencadeada pelo evento.

Porém, é válido ressaltar que os eventos e a avaliação desses eventos são redefinidos constantemente. A estrutura avaliativa é adaptativa e evolutiva. Eventos significativos perdem a significância a partir de novas informações, a avaliação se reestrutura e, como consequência, a experiência emocional se altera. Conforme Scherer, “emotional experience is typically a process that changes over the course of an episode, sometimes very rapidly, sometimes more gradually – in line with additions and revisions in the appraisals” (Scherer, 2003, pág. 574).

No processo avaliativo as alterações resultam, sobretudo, de eventos inesperados. Os indivíduos possuem representações do cotidiano úteis para fornecer respostas sobre situações corriqueiras. No entanto, algumas vezes, tais representações são confrontadas com novidades, situações incomuns para quais não provem soluções. Nem todas as situações são passíveis de previsão. Algumas são inusitadas sem que existam respostas rápidas para dirigir a ação do indivíduo. Para tanto, é necessário que o organismo seja capaz de detectar essas novidades. Isto ocorre por meio de um sistema de vigilância que indica alterações no ambiente fornecendo estímulos à atenção.

⁷³ Além disso, é preciso entender que as pessoas podem ser compelidas a estabelecerem ações desvincilhadas da emoção. Isto pode vir, por exemplo, a partir de uma decisão judicial. Por exemplo, policiais são obrigados a remover pessoas de suas moradias sendo que essa ação pode ser insignificante ou percebida por eles como vexatória ou repudiante.

Por sua vez, a atenção requisita mudanças no comportamento e maior reflexão. A forma como se dará a detecção e como a atenção irá agir terá formato próprio para cada sujeito, como, também, dependerá da situação. Mudanças bruscas e rotineiras no ambiente podem provocar ações reflexivas. Além disso, novidades merecerão mais atenção dependendo do risco que oferecem. Situações que não envolvem risco elevado perdem espaço para aquelas mais perigosas. Há, então a necessidade de ponderar custos sobre a ação a ser desprendida devido a novidade e também sobre previsibilidade dos efeitos. Dessa forma, “novel events may signal unusual dangers or opportunities” (Scherer, 2003, pág. 576). Com a novidade, o roteiro avaliativo é redefinido provocando mudanças nas reações aos eventos.

Assim, eventos significantes transmitem informações que são contrabalanceadas com o conhecimento prévio do indivíduo. As novidades seguem outro caminho no fluxo avaliativo. O fluxo avaliativo, geralmente, inicia com a entrada de novas informações que promovem alterações na rotina dos indivíduos. A avaliação das novidades requer maior atenção e reflexão. Durante a reflexão são ponderadas as respostas emocionais para a novidade. Em seguida, são elaboradas construções sobre prazer ou desprazer agregado a novidade (Zajonc, 1980).

Conforme Smith e Lazarus, “the appraisal is based on antecedent motivational and belief variables that confront (interact with) a set of environmental demands, constraints, and resources, and it generates action tendencies relevant to the specific conditions of harm or benefit confronted – tendencies that are embodied and expressed in a particular physiological pattern” (1990, pág. 611). Assim, é a relevância do evento que determina a atenção e a resposta (*action tendencies*). Eventos irrelevantes passam despercebidos e não provocam ação (Scherer, 2001). É necessário que exista estímulo para perceber o evento e respondê-lo.

Vale ainda lembrar que como são processadas diversas informações que conduzem várias avaliações, os indivíduos mantêm certa hierarquia entre os eventos para suprir a limitação de atenção. Assim, aqueles eventos que se apresentam como ameaça à vida são mais relevantes do que aqueles que causam prazer. Eventos são considerados relevantes pela capacidade demonstrada em induzir o bem-estar (Frijda, 1989).

Aqueles que são consideradas de baixa relevância não fomentam a ação, não geram *action tendencies*. A análise sobre a ação desprendida pelos eventos é crucial para compreender as

emoções, já que são as diferentes *action tendencies* que delimitam as diversas emoções (Frijda, 1989)⁷⁴. A valência e os prazeres intrínsecos ditam a forma como será a resposta emocional.

Como já dito, emoções resultam do processo de relação mantido entre os sujeitos. Tal relação é permeada por um conjunto de sucessivas ações e reações. As relações se estruturam na capacidade de estabelecer respostas aos estímulos do ambiente e antever as reações de outros. Cada emoção depreende resposta emocional (*action tendencies*) específica. Vale ressaltar que as respostas emocionais não estão na mesma escala, umas apresentam mais urgências do que as outras. Com isso, respostas para aliviar o sujeito de eminente perigo tem prioridade quando comparadas com aquelas relacionadas a atividades prazerosas. Para tanto, é necessário manter a vigilância, ou seja, a capacidade de identificar eventos cruciais para o bem-estar.

A resposta emocional pode estar presa a estratégias de comportamento, em muitos casos, é necessário compreender o momento de se resignar, de ter cautela, de responder, etc. Isto se faz necessário, já que até mesmo as *action tendencies* se caracterizam como eventos que podem interferir no bem-estar do promotor ou de quem assiste. Por isso, fingir determinada emoção passa a ser uma estratégia eficaz para evitar conflitos ou obter benefícios. Dessa forma, é comum os indivíduos se mostrarem profundamente magoados com uma ação – muitas vezes insignificante – para constranger o agente ou para conseguir adeptos à sua causa.

Vale ainda destacar que a forma como os indivíduos reagem aos estímulos não é fixa. Determinado evento pode ser avaliado de uma forma hoje e amanhã ser reinterpretado. Os mecanismos de compreensão e avaliação permanecem, mas a interpretação e a resposta dada são constantemente atualizadas para garantir o bem-estar.

⁷⁴ Frijda (1989) utiliza o termo *action readiness* para se referir a *action tendencies*.

Capítulo 4

Os diferentes tipos de análises do desempenho presidencial

Os presidentes são julgados com base na interpretação que os eleitores fazem de questões que afetam as suas vidas ou a sociedade como um todo. Em alguns casos, essas questões já terão sido concretizadas, em outros, existirá apenas um prognóstico de que elas venham a ser efetivadas. Assim, a partir do contexto em que se encontram, os indivíduos utilizam as informações que dispõem para inferir sobre o que é melhor para ele ou para terceiros e, com base nisso, decidir se deve punir ou premiar o incumbente. De toda forma, será a percepção dos eleitores que irá definir o entendimento acerca da competência ou fracasso das medidas depreendidas pelo presidente.

Ao olhar o passado, os eleitores avaliam resultados obtidos pelo governo a partir de critérios sobre o que viria a ser sucesso e fracasso da ação governamental. Já ao olhar para o futuro, os eleitores exercem a capacidade de antecipar resultados políticos ou econômicos. Apesar de partirem de bases de referência distintas, esses dois estilos de avaliação apresentam algumas características em comum. Entre elas, a principal seria a de que os eleitores possuem preferências e que elas determinam o grau de adesão ao governo.

Os cidadãos decidem punir ou recompensar o mandatário com base na percepção que eles mantêm sobre como o governo lida com essas preferências⁷⁵. Assim, a avaliação que os eleitores fazem do governo é fruto da percepção sobre como as ações governamentais interferem no bem-estar individual ou no cotidiano de terceiros. Além disso, também, varia conforme a capacidade de atribuir responsabilidade, ou seja, o entendimento sobre quem é responsável pelo quê.

Nesse sentido, não há discordância sobre o fato de que as pessoas preferem políticas que obtêm sucesso em detrimento daquelas que falham (Mackuen e Stimson, 2002). Porém, os critérios para chegar a esse entendimento não são homogêneos e, por esse motivo, algo observado como positivo para alguns indivíduos pode ser compreendido como negativo

⁷⁵ Ver hipótese recompensa-punição no Capítulo 2.

para outros. Entre esses critérios, se encontra o foco que irá determinar se a análise deve ser pautada apenas pelos interesses individuais ou se o governo deve ser julgado pelos benefícios que ele gerou para toda a sociedade. O Quadro 1 apresenta as diferenças no enquadramento dos critérios de avaliação.

Quadro 1 – Os diferentes tipos de avaliação

		Tempo	
		Passado (<i>memory based</i>)	Futuro (processamento <i>on-line</i>)
Foco	Individual	Avaliação retrospectiva - egotrópica	Avaliação prospectiva - egotrópica
	Coletivo	Avaliação retrospectiva - sociotrópica	Avaliação prospectiva - sociotrópica

Dessa forma, parte dos eleitores toma suas decisões com base em sua experiência pessoal e motivados por fatores recentes, enquanto outra parcela é mais sofisticada atribuindo novos componentes ao conhecimento prévio para conjecturar sobre o futuro (Mackuen et al. 1992). Assim, eleitores retrospectivos se perguntam: o que o governo fez ultimamente pela população (retrospectivo-sociotrópico)? Como as ações do presidente interferiram no meu bem-estar (retrospectivo-egotrópico)? Enquanto eleitores prospectivos buscam identificar o que o governo poderá fazer por eles (prospectivo-egotrópico) ou como o país estará nos próximos anos (prospectivo-sociotrópico).

Diante disso, o foco aqui é identificar: qual o impacto dos diferentes estilos de avaliação no julgamento que os eleitores elaboram do desempenho da presidente Dilma Rousseff; quais fatores aumentam as chances dos eleitores serem egotrópicos ou sociotrópicos e o que faz com que os eleitores mantenham análises retrospectivas ou prospectivas.

4.1. Avaliação egotrópica (pocketbook): a centralidade no auto-interesse

Para o eleitor egotrópico, a leitura acerca do contexto político e econômico depende apenas da experiência e satisfação individual. Esse tipo de eleitor é movido por interesses estritamente particulares e, com isso, estrutura suas decisões a partir de análises de custo-benefício (Downs, 1999) sempre escolhendo as políticas que lhe propiciam mais ganhos. Em resumo, eles "vote their pocketbooks" (Tufte, 1978). Por esse motivo, as condições econômicas desses indivíduos são essenciais para o julgamento sobre a atuação do presidente e o voto (Fiorina, 1978).

No momento de punir ou premiar o governo, o eleitor egotrópico posiciona os interesses individuais acima dos problemas nacionais. Além disso, ele utiliza circunstâncias pessoais para especular sobre o futuro (Fiorina, 1981). Em decorrência disso, o voto no partido que está no poder irá depender da percepção sobre a melhora no bem-estar individual (Fiorina, 1978, 1981; Tufte, 1978).

O eleitor egotrópico é auto-interessado e, muitas vezes, identifica que os problemas que afetam a sua vida têm origem nas ações desenvolvidas pelo governo. Assim, o efeito da avaliação egotrópica surge quando eleitores insatisfeitos com as condições econômicas que se encontram passam a responsabilizar o presidente. Com isso, se a satisfação pessoal melhora o incumbente será bem avaliado, no momento que a satisfação cai o mandatário passa a ser reprovado. Dessa forma, a avaliação do mandatário é consequência da percepção individual sobre como as ações do governo afetam o bem-estar.

Os efeitos da avaliação egotrópica dependem da (1) identificação de questões pessoais como problemas políticos, da (2) relevância que os indivíduos dão para cada problema e (3) da dificuldade de interpretar as questões que envolvem terceiros.

Nem todo problema pessoal é percebido pelo cidadão como problema político cuja solução é de responsabilidade do mandatário. Os problemas pessoais podem ser divididos em dois blocos com base na sua gênese (Brody e Sniderman, 1977). O primeiro apresenta conjunto de questões "auto-localizadas", isto é, pessoais e sem efeito político como, por exemplo, o fim de um casamento. Já o segundo bloco é socialmente localizado com capacidade de criar resultados políticos ampliando a participação e a atenção dos indivíduos. Essas questões socialmente localizadas vinculam o interesse individual as grandes questões que

envolvem o país, sendo responsável por manter a conexão entre a realidade pessoal com a conjuntura nacional. Em resumo, elas são construídas com base na ideia de que os problemas que afetam o indivíduo não são aleatórios e, que eles têm origem na ação ou falta de ação do governo.

Por esse motivo, na maioria das vezes, fracassos pessoais são tratados como provocados pelo governante, enquanto, os sucessos são vistos como apenas decorrentes do esforço individual. Com isso, o governo acaba é punido com veemência na redução do bem-estar, mas a intensidade não é a mesma quando ele promove a melhoria do bem-estar.

A politização dos problemas individuais faz com que os eleitores criem expectativas sobre o auxílio do governo. Isto é mais frequente quando a solução não pode ser efetivada por apenas um indivíduo. Como, por exemplo, a questão da violência e do transporte público. Se houvesse solução disponível para os eleitores, certamente o impacto dessas questões seria menor.

Porém, a relevância que os cidadãos imputam para as questões não é uniforme. O autointeresse influi diretamente sobre a relevância dada as questões políticas (Lau *et al.* 1978). Assim eventos que incidem sobre o bem-estar individual ganham mais atenção, conseqüentemente, os afetados diretamente pelo evento terão mais conhecimento sobre ele do que terceiros.

Dessa forma, os cidadãos estabelecem uma lista de prioridades cujo critério central é a capacidade de interferência do problema sobre o bem-estar. Com base nesse ranking, as variáveis ganham potencial distinto para abalar a popularidade do presidente.

Após o problema ser considerado político e relevante os cidadãos voltam a atenção para descobrir como eles são ou serão tratados pelo governante. Os eleitores dão mais atenção para as medidas que lhes prejudicam diretamente. Assim, o impacto de avaliações do tipo individualista se deve ao fato de que eventos políticos que nos afetam têm mais importância do que aqueles que afetam terceiros. A atenção que dispensamos sobre problemas de terceiros é bem menor do que a atenção que mantemos sobre nossos próprios problemas. Com isso, muitos acontecimentos relevantes passam despercebidos devido ao fato deles não nos atingirem com a mesma intensidade que afetam outros.

A percepção sobre a magnitude de um evento político e de suas consequências estará relacionada à incidência do mesmo sobre a vida de quem avalia. Assim, a elevação da tarifa do transporte público terá uma dimensão para os seus usuários e outra menor para não usuários.

As experiências pessoais estabelecem as prioridades e definem expectativas sobre o governo. Isto porque os fatos vividos pelo indivíduo são mais fáceis de serem lembrados, eles ocupam mais espaço na memória do que narrativas de experiências alheias. Tais fatos criam vínculos afetivos mais fortes, por isso têm prioridade e impacto desproporcional a sua real relevância⁷⁶. Por sua vez, o presidente será julgado com base na relevância que os problemas possuem. Caso ele não apresente soluções para as demandas dos eleitores perderá parte do apoio público.

Além da relevância do problema, o efeito da avaliação egotrópica, também, decorre da dificuldade de interpretar as questões que envolvem terceiros. Eleitores egotrópicos utilizam o seu ponto de vista para explicar o mundo a sua volta. Eles tendem a desconsiderar que a sua representação da realidade política não necessariamente é a mais adequada e que há limites para que ela possa ser extrapolada para os demais membros da sociedade (Conover *et al.* 1986). Assim, mesmo eleitores bem intencionados permitem que suas concepções estruturem o que ele entende ser ideal para os outros. Com isso, acabam prejudicando terceiros acreditando piamente que estão beneficiando-os.

Dessa forma, o eleitor crê que o governo tem sido benéfico para todos a partir dos ganhos que ele obteve. Caso venha a ser prejudicado, ele irá diagnosticar erroneamente que todo o país está sofrendo com as ações do governante. Assim, nada mais justo do que puni-lo retirando o apoio. Nesse sentido, as decisões egotrópicas não necessariamente estão relacionadas com o egoísmo. Essa avaliação egotrópica embalada por sentimento altruísta apresenta efeitos mais expressivos à popularidade presidencial, pois os sujeitos com tal característica apresentam facilidade maior para advogarem contra ou a favor do governo.

⁷⁶ Essas recordações serão, posteriormente, utilizadas nas análises retrospectivas.

4.2. Avaliação sociotrópica: a relevância das relações sociais

A avaliação sociotrópica sustenta que os eleitores não se importam apenas consigo, o bem-estar dos outros tem impacto na avaliação individual sobre o desempenho do governo. Assim, enquanto no modelo egotrópico o autointeresse é o principal motivador do comportamento político, no modelo sociotrópico as preferências políticas e atitudes não se desenvolvem a partir do ponto de vista individual e sim do conjunto de relações sociais (Sears et al. 1979; 1980). Desse modo, o autointeresse tem baixa relevância política quando comparadas com atitudes simbólicas (Sears et al. 1980).

O caráter sociotrópico da avaliação não deve ser entendido apenas como preocupação com o bem-estar geral, ele é mais amplo. A interpretação que os indivíduos elaboram sobre a política sofre impacto das relações sociais que eles mantêm. Em alguns casos, por exemplo, a avaliação sobre o desempenho do presidente sofre com o efeito contágio, ou seja, pessoas críticas ao governo alteram a visão de pessoas que estão ao seu redor. É preciso compreender que as avaliações, percepções e imagens políticas são sociabilizadas.

Nesse sentido, as avaliações políticas são influenciadas pelo julgamento sobre a economia nacional (Lau e Sears, 1981) e não possuem relação clara com experiências e problemas pessoais (Brody, 1991). Os eleitores emitem respostas políticas as desventuras da economia nacional apesar de obterem benefícios individuais (Kinder e Kiewiet, 1979, 1981; Kiewiet 1983). Eleitores sociotrópicos dão peso maior a conjuntura nacional do que a sua experiência individual. Com isso, há prevalência das questões nacionais em detrimento das individuais (Brody, 1991).

Para os eleitores sociotrópicos, a condição econômica individual é caracterizada como sendo de responsabilidade pessoal. Por isso, eles entendem que a resolução dos problemas, como, por exemplo, desemprego é compromisso deles e não do governo (Sniderman e Brody, 1977). Dessa forma, tudo depende “on how the individual interprets the nature of the problem and where he assigns responsibility” (Feldman, pág. 463, 1982).

Nesse sentido, o efeito de problemas percebidos como pessoais sobre a popularidade é baixo, pois os eleitores podem perder o emprego e mesmo assim continuar apoiando o governo (Paldam, 1994). O que mantém mais capacidade de abalar a popularidade são as questões que envolvem o interesse nacional. É sobre essas questões que os eleitores

sociotrópicos direcionarão sua atenção. Assim, enquanto egotrópicos se preocupam, por exemplo, com o desemprego, eleitores sociotrópicos mantêm a atenção em questões que envolvem terceiros como, por exemplo, a proteção do meio ambiente.

Para eleitores sociotrópicos, o julgamento sobre o desempenho do mandatário é pautado por interpretações pontuais acerca da conjuntura nacional. A avaliação que eles elaboram não é rígida, pois é constantemente abalada pelas mudanças de perspectiva dos eleitores. Os efeitos políticos da avaliação sociotrópica são maiores se comparados com julgamentos motivados por interesses materiais pessoais (Kinder e Kiewiet, 1979; Lau e Sears, 1981). Isto porque os interesses pessoais têm baixa capacidade de produzir ações coletivas com consequências de longo prazo.

O foco da avaliação sociotrópica recai sobre os esforços do governo para socializar benefícios ou prejuízos. Por isso, governos que transferem o ônus de maus resultados para uma parcela de indivíduos são vistos como ameaça futura. Da mesma forma, quando os benefícios são para poucos cresce o temor da dependência do bom humor do governo. Desse modo, muitas vezes, é preferível benefícios compartilhados a depender da permanência de certos atores do governo, isto, por que a mudança pode retirar privilégios de uns e repassá-los para terceiros.

Por outro lado, pessoas desinformadas tendem a avaliar a partir do seu próprio bem-estar (Conover *et al.* 1986). Para esses, a generalização do ponto de vista individual é o único parâmetro disponível quando pretendem julgar a satisfação coletiva com a economia e com a política. Assim, julgamentos sociotrópicos não prevalecem quando há possibilidade de serem substituídos por cinismo público.

Com as características apresentadas até aqui, é possível resumir que eleitores sociotrópicos e egotrópicos se distanciam pela importância que dão aos problemas políticos e pela percepção que mantêm sobre como o governo está interagindo com essas questões. Com isso, a Tabela 2 indica que os eleitores egotrópicos formam um bloco cuja avaliação do governo sofre mais interferência de variáveis como saúde, educação, economia, habitação, combate ao desemprego, combate à fome e à miséria. Já os eleitores sociotrópicos valorizam questões como reforma agrária, combate à corrupção, comunicações, energia, relações exteriores, ciência e tecnologia. Há ainda um conjunto de eleitores que varia entre o interesse por questões nacionais e individuais.

Tabela 2 – Análise fatorial questões que impactam a avaliação

	Componentes		
	Sociotrópicos	Sociotrópicos/ Egotrópicos	Egotrópicos
Saúde	,032	,068	,720
Educação	,045	,082	,697
Economia	,367	,074	,456
Habitação	,241	,185	,438
Combate à fome e à miséria	,117	,144	,602
Combate ao desemprego	,134	,139	,522
Reforma agrária	,584	,144	,158
Combate à corrupção	,360	,256	,299
Comunicações	,760	,170	,166
Ciência e tecnologia	,832	,158	,087
Energia	,690	,159	,175
Relações exteriores	,709	,241	,034
Cultura	,383	,611	,071
Esporte	,221	,768	,088
Turismo	,321	,688	,042
Meio ambiente	,232	,730	,128
Transportes	,114	,632	,315
Segurança pública	-,063	,527	,318

Método de extração: Análise do Componente principal.

Método de rotação: Varimax com normalização de Kaiser.

a. Rotação convergida em 6 iterações.

b. Teste de KMO: 0,896

Fonte: Datafolha - 2012

Como visto, eleitores egotrópicos são aqueles movidos prioritariamente pelo autointeresse. Porém, em alguns casos, o autointeresse se confunde com o interesse público. Assim, os eleitores podem defender bandeiras que, também, estão ligadas aos objetivos de terceiros. Isto atrelado ao cinismo público e ao efeito ilha faz com que variáveis que, em determinadas ocasiões, são consideradas sociotrópicas apareçam atreladas ao público egotrópico. Por esse motivo é que na Tabela 2, existe forte vínculo da percepção sobre desemprego e economia com saúde e educação.

O fato dos eleitores egotrópicos serem movidos pelo autointeresse não significa que eles sejam eleitores egoístas. O autointeresse, muitas vezes, passa a ser o critério padrão devido as ações do governante terem maior impacto sobre a qualidade de vida desse público ou por eles possuírem uma extrema dependência do governo. Por isso, as ações do governo classificadas como egotrópicas obtêm atenção de grupos específicos. Entre elas, estão

políticas como, por exemplo, o combate à fome e à miséria que será prioritária para quem tem fome, enquanto, outros cidadãos irão identificar outras questões como mais relevantes.

Dessa forma, o impacto da questão sobre o bem-estar é significativo para o eleitor decidir por qual comportamento deve optar. Os sujeitos podem ser sociotrópicos, mas alterarem essa perspectiva no primeiro sinal de ameaça aos seus interesses individuais. Além disso, os eleitores poderão manter tanto análises sociotrópicas quanto egotrópicas (Paldam, 2008).

Avaliações sociotrópicas e egotrópicas compartilham da característica de não serem distribuídas de forma uniforme entre os cidadãos. Alguns fatores como gênero, idade e conhecimento político provocam distorções nos critérios utilizados na avaliação do presidente (Gilens, 1988). A Tabela 3 apresenta os fatores que mantêm influência na diferenciação do tipo de análise.

Tabela 3 – Coeficientes e erros-padrão estimados por modelos de mínimos quadrados ordinários para condicionantes que afetam o comportamento sociotrópico e egotrópico

Variáveis independentes	Sociotrópico <i>Beta</i>	Sociotrópico/ Egotrópico <i>Beta</i>	Egotrópico <i>Beta</i>
(Constante)	-0,258 (0,130)	-0,405 (0,118)	-0,254 (0,091)
Feminino	0,194*** (0,039)	0,122*** (0,036)	-0,030 (0,028)
Ensino fundamental	0,271*** (0,046)	0,183*** (0,042)	-0,035 (0,032)
Baixa renda	0,076* (0,041)	0,014 (0,038)	-0,026 (0,029)
Jovem (16 a 24 anos)	-0,052 (0,048)	-0,034 (0,043)	0,020 (0,033)
Prospectivo	0,005 (0,014)	0,018 (0,013)	0,034*** (0,010)
Retrospectivo	-0,037 (0,041)	0,025 (0,037)	-0,031 (0,028)
Ideologia (Esquerda)	-0,039 (0,042)	0,089* (0,038)	-0,009 (0,029)
Simpatia partidária (PT)	-0,096 (0,044)	-0,016 (0,040)	-0,078* (0,031)

Obs: O Erro Padrão de cada coeficiente está entre parênteses.
Nota: R² = 0,322, N= 2588 * p < 0,1 ; ** p < 0,05; *** p < 0,01.
Fonte: Datafolha - 2012.

No tocante ao gênero, ao prospectar sobre a atuação do presidente, as mulheres seriam mais pessimistas do que os homens. Elas são mais adeptas de avaliações sociotrópicas valorizando as políticas sociais, enquanto os homens dão maior preferência para questões individuais realizando julgamentos egotrópicos (Clarke et al. 2005). O *gender gap* residiria, sobretudo, na forma de julgar a condução da política externa. Enquanto, a idade, educação e renda familiar não apresentam capacidade de ampliar ou reduzir a diferença entre os gêneros (Gilens, 1988). A Tabela 3, apresenta o gênero entre as variáveis que mais mantêm impacto sobre as análises sociotrópicas. Nesse sentido, ser mulher tem impacto de 0,194 no julgamento sociotrópico em relação aos homens.

A baixa escolaridade é outro fator que apresenta influência na construção de julgamentos não centralizados no autointeresse. Eleitores com baixa escolaridade são mais susceptíveis a incorporar critérios de julgamentos estabelecidos por terceiros, sobretudo, pela mídia. Por esse motivo, a visão que eles possuem sobre como o governo está funcionando, geralmente, não obedece seus interesses individuais. Para esse grupo, atalhos informacionais são essenciais na tarefa de diagnosticar o desempenho governamental. Assim, ter baixa escolaridade aumenta em 0,271 a utilização de análises do tipo sociotrópica e 0,183 o emprego de julgamentos sociotrópicos/ egotrópicos tendo como referência eleitores com mais de 8 anos de estudo.

A utilização de foco individual ou coletivo é o primeiro critério dos eleitores para a definição do julgamento sobre o desempenho presidencial. O segundo passo é decidir se esse foco estará sobre o passado ou o futuro. Nas próximas seções, iremos apresentar como os julgamentos egotrópicos e sociotrópicos se relacionam com as avaliações prospectivas e retrospectivas.

4.3. Avaliação prospectiva: o eleitor como banqueiro

Eleitores prospectivos aprovam ou desaprovam o governo com base na conjuntura e projeções sobre o futuro. Para avaliar o presidente, os eleitores não são míopes e incapazes de compreender as mudanças que estão por vir. Eles conciliam o conhecimento sobre o atual andamento da política e economia com sua expectativa de mudança (Erikson et al.

2000). Com isso, a popularidade é resultante do conjunto de expectativas de longo-prazo que são elaboradas, sobretudo, a partir de sugestões apresentadas pelo presidente, mídia e oposição.

Esse estilo de avaliação é comum para eleitores novatos e aqueles que constantemente utilizam processamento *on-line*. A prospecção exige que os eleitores sejam racionais movidos por expectativas e não pelo desejo de punição ao mandatário. Eles não julgam o presidente pelos resultados de hoje, e sim pelo que eles esperam que aconteça amanhã.

Com base nisso, Mackuen et al. (1992) dividem os eleitores entre “camponeses” e “banqueiros”. Os camponeses avaliam o governo a partir de suas experiências individuais sem utilizar abstrações que extrapolem o seu conhecimento limitado. Como o futuro faz parte das abstrações ele é desprezado no julgamento sobre o governo. Assim, para o camponês, o que importa são as ações e não as intenções do governo.

Por sua vez, para o “banqueiro”, as ações depreendidas pelo governo são de pouca relevância. Esse tipo de eleitor se preocupa mais com a prospecção dando grande importância a capacidade do governo vislumbrar o futuro. Diferente do “camponês”, o “banqueiro” admite que turbulências possam existir ou que benefícios, em alguns casos, surgem após privações. Isso faz com que mesmo durante períodos de crise eles continuem apoiando o governo.

Assim, enquanto o “camponês” considera apenas aquilo que está a sua volta tomando decisões estritamente baseadas em sua experiência pessoal, o “banqueiro” prospecta sobre a economia como um todo. Conforme Mackuen *et al.* (1992), para avaliar o presidente, o eleitor se comportaria como um banqueiro prospectando sobre a economia nacional.

Norpoth (1996) refuta a ideia dos eleitores como banqueiros, pois, para ele, os eleitores ignoram previsões e as expectativas surgiriam de efeitos momentâneos do presente. A exemplo disso, a eleição de um novo presidente criaria entusiasmo redimensionando a visão acerca do futuro da economia e, conseqüentemente, a avaliação sobre o mandatário seria redefinida.

Nas análises prospectivas, ocorre o fenômeno da antecipação onde o governo é julgado por resultados presumidos. O eleitor prospectivo, a partir do conhecimento que dispõe, antecipa o futuro para se precaver de ameaças. Para eles, a meta é conseguir identificar

com certa antecedência como estará o cenário político e econômico para afastar eventuais riscos. Isso possibilita que eles se previnam de infortúnios políticos e consigam diminuir suas consequências econômicas e sociais.

Assim, esse tipo de eleitor não é facilmente influenciado por ciclos econômicos próximos a ciclos eleitorais (Haller e Norpoth, 1994)⁷⁷. Para os eleitores prospectivos, as tentativas de manipulação da política macroeconômica não surtem efeito, pois eles são mais compromissados com o futuro do que com a tarefa de punir ou premiar o presidente. Com isso, as ações pontuais do governo com o objetivo de ampliar a popularidade acabam não sendo consideradas (Norpoth, 1996).

Dessa forma, a ação do mandatário com o objetivo de interferir na forma como é avaliado não se efetiva por meio de ações concretas, e sim por meio da emissão de mensagens para o público com o intuito de direcionar a leitura sobre as condições futuras do país. Essas mensagens terão como objetivo condicionar as expectativas dos cidadãos a partir da utilização de informações empíricas ou sugestões afetivas. Por meio dessa estratégia, o incumbente tenta demonstrar a inviabilidade de determinadas preferências dos eleitores ou trabalhar sobre o temor de mudanças.

Para entender como o mandatário pode influenciar as análises prospectivas é necessário antes ter em mente que elas se baseiam na percepção dos eleitores e “perceptions are often distorted” (Edwards e Gallup, 1990, pág. 141). Elas afetam diretamente as expectativas que, além disso, apresentam ainda componentes afetivos que colaboram para distanciá-las da realidade (Norpoth, 1996).

Com base nisso, entre as estratégias dos presidentes para ampliar o suporte público está a utilização da aversão ao risco que o eleitor possui⁷⁸. Eles entendem que quanto maior o risco que uma política representa maior será a possibilidade dela ser reprovada pelos cidadãos.

O medo exerce papel crucial no direcionamento da atenção da opinião pública. O presidente e a oposição possuem a função de apontar quais são os perigos e proteger os cidadãos. Por esse motivo, em circunstâncias dramáticas o suporte ao incumbente

⁷⁷ Ver Capítulo 1.

⁷⁸ Como apresentado no capítulo 1, prospect theory auxilia na identificação dos riscos sobre o governo.

dependerá da forma como ele irá efetivar medidas para afastar possíveis ameaças e diminuir a vulnerabilidade da população (Landau et al. 2004). A supervalorização de ameaças faz com que a ação do governante seja extremamente requisitada. Assim, políticos podem utilizar o medo para induzir os eleitores a apoiarem políticas contrárias a seus interesses (Lupia e Menning, 2009).

O temor ao risco afeta a expectativa dos eleitores sobre mudanças ou continuidade de determinadas políticas. Os prognósticos sobre as medidas do governo estão atrelados a percepção política individual. Nesse sentido, as análises não são de todo desvinculadas com o passado do sujeito, pois é dele que sai a base que sustenta as “expectativas racionais”. Considera-se como “expectativa racional”, já que elas não são deslocadas da realidade. Isso porque “people generate their expectations as if they knew the process that will eventually produce the actual outcomes” (Conover *et al.*, pág. 562, 1987).

Assim, na criação das expectativas os cidadãos levam em conta elementos como, por exemplo, as atribuições do presidente. Os eleitores compreendendo quais são as funções do governo irão aguardar soluções apenas para problemas que são da competência do mandatário. Dessa forma, o conhecimento político passa a ser de fundamental importância para esclarecer sobre problemas que afetam a vida dos indivíduos e identificar por quem e como eles devem ser solucionados.

Por esse motivo, em suas projeções do futuro, nem todas as questões que envolvem o indivíduo afetam a avaliação presidencial. Os problemas individuais só passam a ser classificados como problemas políticos quando os sujeitos identificam que a solução passa pelas ações do presidente. O grande ponto do julgamento prospectivo é a compreensão acerca de como e por quem os problemas políticos devem ser solucionados.

Assim, problemas que os eleitores não criam expectativa sobre a solução tem efeito nulo sobre a avaliação presidencial. No estabelecimento de expectativas, os eleitores não consideram mudanças sobre aquilo que é visto como problema crônico. Esse é o caso do desemprego por desalento, pessoas que estão há anos desempregadas e desestimuladas a procurar realocação com o tempo deixam de responsabilizar o governo por essa sua condição. Isto é mais frequente, principalmente, se esse fato traspassa governos.

A ideia que os eleitores constroem acerca da viabilidade ou não de solução para problemas públicos nasce através de critérios subjetivos. Esses mesmos critérios irão determinar ainda

se os efeitos decorrentes de problemas podem ser reduzidos a partir das atividades desenvolvidas pelo governante. O objetivo será buscar identificar se o incumbente pode diminuir ou ampliar os efeitos desses problemas.

Assim, determinado evento pode ser inevitável, mas nada impede a criação de políticas para reduzir suas consequências, como, por exemplo, ações para conter os efeitos de temporais. Nesses casos, os eleitores não especulam sobre a possibilidade de que eventos como esse possam vir a ocorrer, mas quando eles surgem o governante é responsabilizado pela omissão ou inépcia.

Por utilizar critérios subjetivos, as projeções podem ser enviesadas ou desajustadas à realidade do eleitor. O viés surge como consequência da dificuldade dos eleitores arcarem com o custo de se manter informado e das limitações no processamento das informações políticas. Como descrito no capítulo 3, essas limitações surgem de falhas na memória, atenção ou são ampliadas pelo temor ao risco.

Os eleitores respondem as informações que recebem do ambiente político e, por isso, a prospecção está sempre vinculada a fatos reais. Ela surge a partir da capacidade do eleitor diagnosticar o futuro e criar expectativas racionais. Como essa capacidade está envolta de certa racionalidade limitada que presume metas e antecipa resultados; os governos, partidos políticos, a mídia, comunidades de especialistas⁷⁹ e outros atores políticos se apresentam como baliza com força de influir sobre a interpretação das variáveis utilizadas na previsão.

Assim, a limitação amplia a utilização de atalhos informacionais que ganham impulso a partir do estabelecimento de um fluxo de transferência de projeções políticas que parte das elites, representadas por seus especialistas, tendo a mídia como veículo para despertar a atenção e apontar, para os eleitores, a interpretação dos fatos a partir de determinado ponto de vista (Nadeau *et al.* 1999).

Nadeau *et al.* 1999 defende que há clara distinção entre as análises prospectivas elaboradas pelo eleitor comum das análises feitas pelos especialistas que constituem uma elite sobre determinado assunto. Para ele, as projeções desenvolvidas pelos especialistas encontram espaço na mídia e afetam consideravelmente a compreensão da massa. Em decorrência

⁷⁹ Comunidades de especialistas são formadas por indivíduos que dominam determinado tema como, por exemplo, os ambientalistas.

disso, a análise prospectiva do eleitor mediano, em muitos casos, é apenas reflexo da análise retrospectiva feita pelas elites.

A assimetria de informações dá as elites a capacidade de influir na interpretação do eleitor comum sobre os fatos políticos. Assim, especialistas, a mídia e o governo conseguem persuadir os eleitores utilizando informações que dificilmente possam ser contestadas levando-os a considerar determinados problemas como relevantes e soluções são apresentadas como sendo as mais adequadas para as questões⁸⁰. Diante disso, o eleitor, frequentemente, acaba fazendo escolhas que estão distantes dos seus reais interesses.

4.4. Avaliação retrospectiva: a predominância do passado

A avaliação é retrospectiva quando eventos do passado se sobrepõem aos acontecimentos do presente e a expectativa acerca do futuro. A análise retrospectiva sublinha que os eleitores não são neófitos e que suas experiências pessoais vão ditar o modelo pretendido de governo tendo impacto significativo sobre as escolhas futuras⁸¹. Além disso, considera que o julgamento sobre o desempenho do governante possa ser influenciado por informações disponíveis acerca da personalidade do presidente, o partido que ele representa ou que compõem a sua base⁸², os ideais que ele defendeu durante sua trajetória, entre outros aspectos.

Os primeiros indícios de correlação entre eventos do passado e o comportamento eleitoral dos indivíduos se situaram na análise sobre as condições econômicas. Embora houvesse discordância sobre como se caracterizam essas condições econômicas e seu impacto entre diferentes países e entre períodos distintos (Lewis-Beck, 1988; Powell e Whitten, 1993), esses estudos iniciais indicavam que o efeito do passado decorre da capacidade do indivíduo interpretar suas questões pessoais ou compreender o cenário econômico nacional

⁸⁰ Esse tema será retomado no capítulo 5.

⁸¹ As experiências subjetivas têm impacto até sobre a participação política dos indivíduos. Experiências negativas criam descontentamento com a política levando a redução da participação dos indivíduos.

⁸² Conover *et al.* 1986 não encontra relação entre análises retrospectivas acerca da inflação e desemprego com a predisposição partidária.

(Conover et al., 1986). Assim, o julgamento político dependeria de análises retrospectivas sobre a economia nacional (Lau e Sears, 1981) e da compreensão sobre quais fatores externos influenciam o bem-estar.

Dessa forma, os estudos retrospectivos indicam que os eleitores, em várias ocasiões, utilizam informações do passado para avaliar o presente ou buscar prever o futuro. Com o tempo, os eleitores acumulam conhecimento suficiente para estruturar a percepção sobre o cotidiano e subsidiar os julgamentos políticos. Esse conhecimento provém de informações adquiridas diretamente pela experiência pessoal ou de forma indireta quando se utiliza, por exemplo, a mídia (Kernell e Hibbs, 1981; Paldam, 1981).

Com base nisso, políticos e partidos são premiados ou punidos de acordo com suas trajetórias, ou seja, se o governo foi benéfico para a população seus partidários serão recompensados por meio do suporte público e o voto no partido do presidente (Key, 1966; Kramer, 1971)⁸³. Em resumo, avaliação retrospectiva indica que as ações do presidente são responsáveis pelo aumento ou declínio da sua popularidade.

Assim, o presente define a forma como os sujeitos encaram o futuro, pois suas experiências recentes possuem a capacidade de modelar suas expectativas. Dessa forma, antigas projeções, ou seja, expectativas frustradas ou satisfeitas irão condicionar o formato das novas projeções (Conover *et al.* 1986). Portanto, não é possível dizer que o eleitor retrospectivo é míope e não considera os efeitos decorrentes que as ações desprendidas pelo governo possam apresentar nos próximos anos. Ele é um eleitor que utiliza sua experiência para compreender o presente, mas isso não significa que ele se fecha ao futuro. O passado não é apenas parâmetro para compreender o presente, como, também para analisar o futuro.

Nesse sentido, é perceptível a existência de uma linha tênue que separa as avaliações prospectivas das avaliações retrospectivas. Key (1966) identifica que as decisões dos indivíduos se pautam por resultados políticos reais, sendo assim, são puramente retrospectivos. Por sua vez, Downs (1999) sustenta que os eleitores utilizam o passado para especular sobre como será o futuro. Com isso, os eleitores não seriam retrospectivos no sentido de punir ou premiar bons governos e sim prospectivos que utilizam o passado

⁸³ Apesar da literatura se concentrar nas questões econômicas, o voto retrospectivo é bem mais amplo

como atalho informacional. Já Fiorina (1981) indica que os sujeitos tomam decisões com expectativas sobre o futuro, mas essas decisões são dirigidas por eventos do passado.

Fiorina (1981) apresenta dois tipos de julgamento retrospectivo: (1) avaliação retrospectiva simples e (2) avaliação retrospectiva mediada. A primeira é basicamente egotrópica relacionada a eventos do cotidiano do indivíduo, como por exemplo, a sua finança pessoal. Não há a necessidade de medições constantes para a avaliação. Já no segundo tipo, a avaliação acontece com o auxílio de intermediários. No entanto, o auxílio não exclui a possibilidade de uso do conhecimento individual sobre fatores políticos e econômicos. Por exemplo, o eleitor pode observar pela mídia o noticiário econômico e testar se o que foi transmitido condiz com a realidade que ele convive. Além disso, é preciso salientar que com base em conhecimento prévio, os indivíduos escolhem a fonte informacional (líderes, organizações, mídia, etc.) que lhe auxiliará na avaliação.

A principal diferença entre o eleitor retrospectivo e o prospectivo reside na interferência que as concepções do indivíduo exercem na base do processo avaliativo executado pelo primeiro. As concepções individuais acerca de elementos como a economia, atores políticos, papel das instituições, responsabilidade do governante mantêm influência direta sobre o processo de obtenção das informações e na identificação de quais fatos são relevantes e merecem ou não a atenção. Nesse sentido, a experiência do cidadão com antecessores do presidente e partidos políticos possibilita que ele elabore certo entendimento sobre como o governo deve agir.

Vale destacar que esse processo pode ser tanto benéfico quanto prejudicial ao mandatário. A avaliação retrospectiva será benéfica quando os eleitores não consideram os equívocos do presente. Isto acontece quando elementos do passado são utilizados para suprir a ausência de informações necessárias para esclarecer a conjuntura. Esses elementos mantêm a posição do indivíduo presa a questões que extrapolam uma análise meramente racional tornando possível a relativização das ações governamentais. Com isso, equívocos do presidente são facilmente tolerados, o eleitor passa a justificar medidas adotadas pelo governo que, muitas vezes, são injustificáveis.

Por outro lado, o passado pode ser prejudicial para o incumbente quando os eleitores deixam de atualizar suas informações (*updating*) e estruturam a avaliação acerca do desempenho do governo e o porvir com base em conhecimento inconsistente. Essa

desatualização leva a análises dúbias e imprecisas. Por esse motivo que, em alguns casos, os eleitores veem os acertos do governo apenas como consequência do resultado de políticas desenvolvidas por administrações passadas ou como parte da estratégia eleitoral do mandatário.

O grande ponto das análises retrospectivas se concentra no papel que as experiências individuais desempenham na compreensão do presente e na condução das expectativas. Como dito, as experiências direcionam o processamento das informações que repercute diretamente na percepção do eleitor sobre as questões políticas. Por esse motivo, a avaliação do governo nada mais é do que o agregado das percepções políticas individuais.

A percepção possui a capacidade de redefinir a compreensão acerca da realidade. Por isso é que, em alguns casos, duas pessoas relatando o mesmo acontecimento político apresentam julgamentos opostos. Assim, a avaliação do desempenho do presidente deve ser compreendida como muito mais do que uma leitura racional de indicadores econômicos, pois o que se percebe é que há um certo distanciamento entre o que os indicadores demonstram para aquilo que o indivíduo acredita como sendo real.

A avaliação retrospectiva está ancorada em julgamentos do tipo *memory-based*. Como visto no Capítulo 3, tais julgamentos utilizam aspectos do passado para compreender o presente. Nesse processo, há um conjunto de fatores cognitivos que se encarregam de ampliar ou diminuir os efeitos do passado.

A principal característica das avaliações retrospectivas é o distanciamento da realidade pela baixa *atualização*, ou seja, não há realinhamento das concepções sobre as ações desenvolvidas pelo governo concomitante a entrada de novas informações. Isso ocorre, pois para tomar decisões, os eleitores não precisam ter conhecimento elevado sobre todos os acontecimentos políticos (Lupia, 1994). Eles podem utilizar atalhos informacionais ou sugestões para solucionar problemas complexos. No entanto, com o passar do tempo, tais atalhos, muitas vezes, não são atualizados deixando de condizer com a realidade.

A desatualização é responsável por interpretações falhas que não captam transformações e que ficam presas a eventos do passado. Devido a isso as ações do presente são explicadas a partir de informações que não mais se adequam a realidade. Isso possibilita que a imagem que os eleitores possuem de políticos ou partidos políticos seja imutável e resistente aos escândalos, crises, mudanças institucionais e a ação do tempo.

Nesse processo, a memória exerce papel central, pois ela desencadeia emoções por meio de lembranças, que, por sua vez, direcionam a atenção e a aquisição de novas informações. É por isso que quando imaginamos determinadas situações temos sensações próximas daquelas vivenciadas na realidade.

Como essas recordações afetam os critérios avaliativos e a aquisição de novas informações, o governo e a oposição buscarão ativar lembranças que possam interferir no suporte público. Em muitos casos, o objetivo será disseminar a ansiedade entre os eleitores por meio de suas lembranças para, com isso, afetar a leitura sobre o ambiente político. Essa estratégia não interfere na percepção de todos os indivíduos com a mesma intensidade. Os efeitos são mais visíveis entre os sujeitos que vivenciaram crises econômicas ou militares (Jentlenson, 1992; Weyland, 1996). Esses indivíduos, no primeiro sinal que demonstra a volta ao passado costumam se posicionar contrários ao evento ou sujeito causador.

As manobras do governo e da oposição para direcionar a percepção faz com que parte dos cidadãos não tenham controle sobre o seu posicionamento político e sejam conduzidos a interpretar o ambiente político de forma distante da realidade. No entanto, os indivíduos não percebem quando suas decisões estão comprometidas por aspectos do passado. Isso faz com que, em certas circunstâncias, a ação executada esteja distante da pretendida, ou seja, eles acreditam que agirão de uma determinada maneira, mas quando confrontados com a realidade produzem respostas inesperadas. Por exemplo, os cidadãos podem entender que o governante precisa obedecer um conjunto de princípios básicos e que a não observação desses princípios deve ser punida, porém quando a desobediência se concretiza esse mesmo eleitor pode vir a apresentar justificativas e não punir o governante.

Por esse motivo, atrelado ao processo de não-atualização vem a negação. Em resumo, a negação é um mecanismo que impede a percepção sobre as falhas do governo. A origem da negação está nos laços existentes entre os cidadãos e o governante. Parte dos eleitores estabelece forte ligação com o governo, seja pela identificação partidária ou por benefícios diretos, quanto mais estreitos os laços entre governo e eleitor mais provável é a instauração de um bloqueio da percepção da realidade.

A partir desse bloqueio, o cidadão passa a nutrir ilações inadequadas que são tecidas e apresentadas como justificativas para desmerecer ou desvirtuar os fatos. Para esses eleitores, as acusações e queixas contra o mandatário são percebidas como inverídicas.

Negar a realidade é estratégia para manter a posição previamente definida, cuja consequência é a ausência de avaliação imparcial sobre o desempenho do governo.

Nesse caso, o eleitor prefere criar justificativas sobre a atuação equivocada do mandatário do que se opor as decisões do governo. Assim, apesar da realidade apontar que o governo é prejudicial a seus interesses, eles se mantêm convictos na posição inicial de apoio ao governo e não se convencem das alterações no posicionamento dos atores ou do novo enquadramento das questões.

Vale ressaltar que a negação não pode ser confundida com cinismo, pois a realidade não é distorcida com o objetivo de ampliar benefícios pessoais e sim devido aos laços existentes entre o eleitor e o governo. Tais laços impedem que os eleitores percebam quando as ações do incumbente distam dos objetivos propostos.

Por sua vez, a oposição crê que a negação ocorre pela simples falta de informação e, com isso, insiste em transmitir aos incautos fatos sobre a atuação negativa do governo. No entanto, em alguns casos, a estratégia de apontar as falhas do mandatário é contraproducente, pois os apoiadores do presidente se reúnem e se mobilizam contra os acusadores. Isso ocorre, pois as críticas direcionadas ao governo são percebidas como críticas aos partidários do governante.

Além disso, é preciso lembrar que, geralmente, as críticas lançadas pelos opositores não ganham a atenção dos apoiadores do presidente e aquelas que recebem a atenção são tratadas com cautela. Os apoiadores têm o costume de checar se as informações difundidas pelos opositores são verídicas. Após esse procedimento, contrabalanceiam com a opinião fornecida por diversos analistas e acabam optando pela mais adequada a manutenção da posição que eles já possuíam.

Como veremos no capítulo 6, essa prática ganha força com a exposição seletiva, já que ela possibilita que a opinião do opositor seja descartada e se transforme em alvo da ira dos apoiadores do governo. Isso porque, eles optam pela fonte de informação com opinião favorável ao posicionamento pré-estabelecido e se engajam em torno dela. Vale destacar que a mobilização é maior para repudiar notícias contrárias aos nossos interesses do que em apoiar aquelas que confirmam a nossa forma de pensar (Cohen, 2004).

Nos casos em que não é possível obter opinião favorável à manutenção da posição previamente definida, a estratégia passa a ser a da reescala ou reajuste, isto é, as questões apontadas pelo oponente são tratadas como subalternas e que são levantadas apenas com interesse eleitoral. Elas ganham a pecha de alheias à agenda pública que surgem com o intuito de conturbar o ambiente. Já o reajuste ocorre quando os eleitores em vez de concordar com o opositor reestruturam sua visão de mundo. Assim, medidas que antes eram consideradas nocivas agora passam a ser tratadas como benéficas à população.

Além disso, há ainda a blindagem quando o fato é tratado como verídico, mas que está alheio ao governo, com isso ele não pode ser responsabilizado. Isto foi perceptível nos momentos de crise energética que o país atravessou nos últimos anos. Por exemplo, o risco de desabastecimento de energia pode até ser percebido como real, mas, para o eleitor que visa blindar o mandatário, a redução de água nos reservatórios das usinas hidrelétricas é fenômeno natural que foge das atribuições de qualquer governo. Nessa mesma linha, os sucessivos desligamentos (apagões) podem ser causados pela queda de raios tão constantes no país. Em último caso, o fato é verídico, porém a culpa não é do presidente e sim de membros ou agências do governo. Diante disso tudo por mais equivocada que seja as ações do mandatário a sua popularidade segue inabalada.

Como a percepção é estruturada por componentes subjetivos que a distanciam da realidade, a expectativa dos eleitores sobre as condições econômicas, muitas vezes, deixa de refletir o que de fato está acontecendo no momento. Desse modo, mesmo os indicadores assegurando que a inflação está sob controle, a percepção dos indivíduos pode deixá-los crente do contrário (Conover *et al.* 1986).

Esse deslocamento da realidade faz com que ciclos econômicos-eleitorais tenham mais influência sobre eleitores prospectivos do que eleitores retrospectivos. Isto ocorre porque como a análise prospectiva descarta o passado, o governo pode concentrar seus esforços apenas para o período eleitoral. Já no caso das análises retrospectivas pequenos equívocos no decorrer do mandato comprometem severamente as avaliações seguintes⁸⁴.

⁸⁴ Esses efeitos negativos podem ser reduzidos com a participação do público sobre as decisões governamentais. A participação faz com que os eleitores, também, sejam responsáveis pelos equívocos da ação governamental.

Como os eleitores retrospectivos, também, fazem projeções sobre o futuro há uma clara simbiose entre a avaliação sobre como o governo está agindo e como o eleitor espera que ele agirá nos próximos anos. Por esse motivo, como demonstra a Tabela 4, a expectativa do eleitor acerca da economia e sobre o andamento do governo Dilma como um todo tem efeito direto sobre a avaliação retrospectiva. É perceptível que pessoas com vínculo afetivo (por exemplo, simpatizantes do PT) ao governo apresentam mais expectativas positivas. O estabelecimento de expectativas é um indício de predisposição para aprovar ou reprovar o mandatário, conseqüentemente, indica a utilização de análises retrospectivas, uma vez que a expectativa se alimenta do passado.

Porém, vale dizer que o efeito da expectativa na indução do estilo avaliativo é assimétrico. Obviamente eleitores com predisposição a apoiar o governo têm mais expectativas positivas do que aqueles tendentes a reprovar o mandatário. Por sua vez, expectativa positiva amplia a utilização de análises retrospectivas, enquanto, a baixa expectativa apresenta efeitos ínfimos.

No caso das análises prospectivas, a expectativa positiva sobre o governo também é preponderante, mas opera de forma distinta. Ela incide na interpretação sobre o presente. Assim, a crença de que os próximos anos serão positivos faz com que os eleitores sejam menos rígidos em seus julgamentos sobre os atuais acontecimentos. Quanto maior a expectativa maior é a chance de relativizar a atuação do presidente e, conseqüentemente, apoiá-lo.

Dessa forma, a expectativa é variável chave para a avaliação do desempenho do governante. Conforme a Tabela 4, acreditar que no futuro o governo Dilma será ótimo ou bom aumenta em 5 vezes a utilização de análises retrospectivas e tem uma influência de 6,7 vezes no uso de julgamentos prospectivos⁸⁵. No entanto, o mesmo não acontece com intensidade equivalente quando a expectativa sobre a atuação do governo é baixa.

Como dito, no seu julgamento sobre o desempenho do governo, os eleitores retrospectivos buscam na memória comparar o presente com o passado, ou seja, o governo atual com seu antecessor. Assim, entre as experiências subjetivas se encontra a análise sobre governos

⁸⁵ Para efeito metodológico, o eleitor prospectivo é aquele cuja avaliação futura sobre o desempenho do presidente é maior ou igual a avaliação presente. Já os eleitores retrospectivos são aqueles que avaliaram positivamente o governo devido ao fato dele ter superado ou igualado as expectativas.

passados que influencia diretamente a interpretação sobre a atuação do governo em exercício. Conforme Kiewiet e Rivers (pág. 373, 1984), “many analyses ignore changes in administrations altogether, with the result that poor performance by the previous administration hurts the popularity of its successor”.

Tabela 4 - Modelo multinomial dos condicionantes que afetam o tempo da avaliação

Variáveis independentes		Avaliação Retrospectiva		Avaliação Prospectiva	
		B	Exp(B)	B	Exp(B)
	Intercepto	-2,236		1,378	
	Eleitor sociotrópico	-,019	0,981 (0,060)	-,103	0,903 (0,068)
	Eleitor egotrópico	-,248	0,780* (0,099)	,011	1,011 (0,080)
Sexo	Feminino	Referência	Referência	Referência	Referência
	Masculino	,100	1,105 (0,105)	-,012	0,988 (0,124)
Escolaridade	Superior completo	Referência	Referência	Referência	Referência
	Fundamental incompleto	-,376	0,687* (0,209)	,288	1,334 (0,227)
	Fundamental e médio completo	-,365	0,694* (0,194)	,146	1,158 (0,207)
Faixa Etária	60 anos ou mais	Referência	Referência	Referência	Referência
	16 a 24 anos	-,558	0,572* (0,196)	,395	1,484* (0,231)
	25 a 34 anos	-,281	0,755 (0,191)	,309	1,362 (0,221)
	35 a 59 anos	-,168	0,845 (0,171)	,185	1,204 (0,198)
Região	Norte/ Centro-Oeste	Referência	Referência	Referência	Referência
	Sul	-,391	0,677* (0,151)	-,138	0,871 (0,179)
	Sudeste	-,018	0,982 (0,195)	-,074	0,929 (0,231)
	Nordeste	-,164	0,849 (0,160)	-,126	0,882 (0,191)
Confiança na presidência	Não confia	Referência	Referência	Referência	Referência
	Confia	1,276	3,584*** (0,187)	-,800	0,449*** (0,190)
Expectativa Governo Dilma	Regular	Referência	Referência	Referência	Referência
	Ótimo/ Bom	1,648	5,196*** (0,137)	1,910	6,754*** (0,145)
	Ruim/ Péssimo	-2,240	0,106** (0,725)	-1,254	0,285*** (0,224)
Avaliação do governo Lula	Regular	Referência	Referência	Referência	Referência
	Ótimo/ Bom	,176	1,193** (0,181)	-,391	0,676 (0,185)
	Ruim/ Péssimo	-,214	0,807** (0,364)	,798	2,221 (0,351)
Simpatia partidária	Outros partidos	Referência	Referência	Referência	Referência
	PT	,430	1,538*** (0,114)	-,508	0,601*** (0,137)
Ideologia	Direita	Referência	Referência	Referência	Referência
	Esquerda	-,204	0,816* (0,107)	-,006	0,994 (0,125)

Obs: O Erro Padrão de cada coeficiente está entre parênteses.

Nota: Pseudo R² de McFadden = 0,234. Chi2: 576,7 (sig. <0,00). N= 2588 * p < 0,1 ; ** p < 0,05; *** p<0,01.

Fonte: Datafolha - 2012.

Nesse sentido, ex-presidentes afetam de forma positiva ou negativa a avaliação sobre o presidente em exercício. Isto porque a maioria dos eleitores não é uma folha em branco sem experiências com governos anteriores. Dessa forma, a interpretação que eles fazem hoje sobre a atuação do governo, em parte, depende da experiência obtida com governantes passados. Tais governos servem como parâmetro para medir a conduta do governo atual.

Esse **efeito antecessor** será preponderante, sobretudo, nas primeiras avaliações junto com a expectativa criada pela alternância no governo⁸⁶. Ele irá facilitar o trabalho daqueles que sucedem governos impopulares e tornar mais rígido o julgamento de sucessores de presidentes populares. Por esse motivo, é bastante comum que presidentes impopulares sejam substituídos por presidentes populares. No entanto, isso não indica que governos populares venham a ser invariavelmente alternados por governos impopulares.

Apesar das avaliações sofrerem do efeito antecessor, ele só existirá quando os eleitores perceberem claramente a alternância o que, muitas vezes, não significa a mera troca de poder entre partidários. A alternância amplia expectativas em uns e cria desconfiança em outros já a manutenção de partidários não exige as mesmas reações.

A manutenção do poder entre partidários provoca a transferência de capital político do antecessor para o sucessor. Isso pode ser negativo ou positivo para o suporte público. No caso da presidente Dilma, aqueles que avaliam o governo Lula como ótimo ou bom têm 1,2 vezes mais probabilidade de efetivarem avaliações retrospectivas sobre a presidente Dilma mantendo o julgamento no mesmo patamar, ou seja, continuam aprovando o governo. Já aqueles que reprovam o governo Lula são 0,8 vezes mais prováveis de continuarem reprovando o governo Dilma (Tabela 4).

No geral, a avaliação do governo Lula, está entre os fatores que mais interferem na avaliação da presidente Dilma Rousseff. Eleitores que afirmam ter aprovado o presidente Lula têm 2 vezes mais chance de, também, aprovar a presidente Dilma. Já aqueles que reprovam o governo Lula são 5,5 vezes mais prováveis de reprovarem a administração atual (Tabela 6).

⁸⁶ Isso inviabiliza que governos sejam comparados por meio dos seus índices de popularidade, pois, geralmente, não é possível evitar o efeito de experiências passadas sobre o julgamento atual – efeito antecessor. Por isso, um governo não pode ser comparado com o seu antecessor, já que o governo passado afeta a leitura sobre o desempenho do governo atual. Dessa forma, para comparar um governo com outro seria necessário isolar o efeito-antecessor.

Esse atrelamento tipicamente retrospectivo da avaliação da administração passada com a atual, conduz ao estabelecimento de um viés na leitura das ações desenvolvidas pelo governante. Eleitores que aprovaram o governo Lula tendem a ser mais complacentes com as ações desenvolvidas pela presidente Dilma Rousseff. Já aqueles que reprovaram o governo Lula mantêm julgamento mais rígido sobre as medidas da presidente.

Os governos passados são significativos para eleitores puramente retrospectivos, pois eles descartam conjecturas sobre mudanças no cenário político e econômico para se ater apenas as suas experiências. Nessa tarefa de julgar o governante com base na experiência há muito mais componentes afetivos do que cognitivos (Erikson *et al.* 2000), já que punição e vingança se mantêm mesmo quando isso significa prejuízos futuros. Não à toa, a experiência negativa com o presidente Lula tem mais peso para a avaliação da presidente Dilma do que a experiência positiva.

Porém, é preciso destacar que muito da visão sobre ex-presidentes é resultante de certa nostalgia que proporciona a ideia de que as coisas eram melhores antes do que hoje. Por esse motivo, com o passar do tempo, ex-presidentes acabam sendo melhores avaliados do que quando estavam em atividade (Panagopoulos, 2012).

A interpretação que os eleitores elaboram de governos passados não é estática, ela se altera ao longo do tempo. Essa mudança é sentida, sobretudo, após a conclusão do mandato momento em que os eleitores se tornam mais condescendentes com o antecessor. Por isso, ex-presidentes são melhores avaliados após alguns anos do término do mandato. No caso americano, há correlação superior a 0,8 entre mudanças positivas na percepção sobre o presidente e o passar do tempo (King, 1999). Em média, avaliações sobre governos passados possibilitam 12 pontos acima da taxa obtida nos últimos meses que o presidente estava no poder, crescimento de 0,8% para cada ano fora do poder (Panagopoulos, 2012)⁸⁷.

Essas distorções na análise não estão relacionadas diretamente ao legado do ex-presidente. O legado diz respeito aos sucessos e fracassos de suas políticas (Cronin e Genovese, 2004), cujos efeitos são sentidos por gerações. A reinterpretação sobre o desempenho de ex-presidentes se deve a fatos novos. A avaliação é realinhada por meio de processamento *on-line*, ou seja, novas informações sobre o ex-presidente alteram a percepção que os eleitores tinham sobre ele.

⁸⁷ Os dados são referentes à avaliação de ex-presidentes americanos.

A transferência de capital político do antecessor para o sucessor é sentida, principalmente, na ampliação da confiança que os eleitores demonstram com o presidente. A confiança é uma das variáveis que mais impactam na avaliação positiva da presidente Dilma. Ela aumenta em 3,6 vezes o uso de julgamentos retrospectivos. Além disso, aqueles que confiam na presidente Dilma Rousseff são 3,2 mais prováveis de aprovarem o governo (Tabela 6).

Em parte, ao longo do mandato, a confiança é alimentada por atributos pessoais do presidente. Em alguns casos, as características pessoais do presidente se sobrepõem aos efeitos das políticas reduzindo danos de medidas negativas. Assim, o impacto da ação política será contabilizado a partir do vínculo ao presidente representada na confiança que os eleitores repousam sobre ele. O efeito da confiança é maior, sobretudo, em análises retrospectivas (Tabela 4).

No caso dos eleitores prospectivos, a confiança não exerce o mesmo impacto. Isto se deve ao fato deles serem prudentes e acreditarem que as ações do governo podem resultar em graves mudanças para suas vidas. A prudência os torna desconfiados e temerários das ações do presidente. No geral, o eleitor prospectivo é aquele que, apesar de tudo está indo bem, se mantém cauteloso sobre o futuro.

Como a cautela é a marca dos eleitores prospectivos, eles são mais tendentes a reprovar o governo Dilma. Na análise prospectiva, os eleitores são atraídos pela ideia de que o cenário pode mudar rapidamente podendo provocar prejuízos ou benefícios. É essa ideia sobre prejuízos e benefícios que impacta diretamente a avaliação que eles fazem do governo. Assim, a variação, entre esse público, de eleitores que aprovam ou reprovam o governo é maior do que a existente entre eleitores retrospectivos. Se, por um lado, ser puramente prospectivo aumenta em 4,5 vezes a chance de aprovar o governo Dilma, por outro, eleitores prospectivos têm quase duas vezes mais possibilidade de reprovar a presidente.

Outro componente de grande impacto nas avaliações retrospectivas é a identificação partidária com o Partido dos Trabalhadores - PT⁸⁸. Aqueles que possuem simpatia pelo PT têm 1,5 mais chance de analisarem o governo com base no passado. Isto se deve ao fato de parte dos eleitores estabelecer certa imagem dos partidos políticos que auxilia na projeção

⁸⁸ Gramacho (2007) já havia indicado que, mesmo nas circunstâncias institucionais brasileiras, os partidos políticos apresentam efeitos sensíveis sobre a popularidade do governo.

sobre como será a atuação deles sob determinadas circunstâncias. Essa imagem define que algumas questões serão mais propícias para uns partidos políticos do que outros. Dessa forma, a identificação partidária é útil para reduzir as incertezas e criar expectativas sobre a atuação do governo.

Ela funciona como plataforma de conhecimento sobre o ambiente político. Mas, em alguns casos, estabelece um viés na leitura sobre o ambiente político. Isto quer dizer, mesmo a economia indo mal, parte dos eleitores utiliza sugestões partidárias para justificar o baixo desempenho.

A simpatia partidária é adquirida ao longo do tempo e redefinida a partir das experiências individuais. No caso brasileiro, envolve um pequeno grupo de eleitores e está dissociada da ideologia (Tabela 5). Os partidos com maior preferência do público são: PT (26,8%); PMDB (4,9%); PSDB (3,8%); PDT (1,1%) e PV (1,1%)⁸⁹.

Tabela 5 – Correlação ideologia e simpatia partidária

		Ideologia
Simpatia partidária	Correlação de Pearson	0,076
	Sig. (2 extremidades)	0,000
	N	2146

Fonte: Datafolha 2012.

Essa baixa adesão aos partidos faz com que eles tenham impacto insignificante sobre a aprovação ou reprovação do governo. Do mesmo modo, a ideologia dos eleitores não consegue interferir significativamente sobre a avaliação do incumbente (Tabela 6).

Com relação ao foco, apenas os eleitores egotrópicos apresentam impacto sobre a aprovação do governo Dilma. A probabilidade desse grupo aprovar o governo Dilma Rousseff é 0,7 vezes maior do que a daqueles que não são estritamente movidos pelo autointeresse. Assim, para a avaliação do presidente o entendimento que o bem-estar pessoal melhorou é muito mais significativo do que a percepção sobre possíveis mudanças no país.

⁸⁹ Fonte: Datafolha – 2012.

Tabela 6 - Modelo multinomial dos condicionantes que afetam a avaliação presidencial

		Aprova		Reprova	
		B	Exp(B)	B	Exp(B)
	Intercepto	-2,321		-3,046	
	Sociotrópico	,080	1,083 (0,074)	,027	1,028 (0,130)
	Egotrópico	-,350	0,704*** (0,110)	,152	1,165 (0,136)
	Retrospectiva	1,111	3,036*** (0,126)	-,400	0,670 (0,304)
	Prospectiva	1,510	4,526*** (0,132)	,680	1,974** (0,315)
Sexo	Feminino	Referência	Referência	Referência	Referência
	Masculino	-,089	0,915 (0,122)	,139	1,150 (0,239)
Escolaridade	Superior completo	Referência	Referência	Referência	Referência
	Fundamental incompleto	-,160	0,852 (0,235)	,316	1,372 (0,421)
	Fundamental e médio completo	-,076	0,927 (0,217)	,116	1,123 (0,402)
Faixa Etária	60 anos ou mais	Referência	Referência	Referência	Referência
	16 a 24 anos	,033	1,034 (0,233)	,178	1,195 (0,467)
	25 a 34 anos	,325	1,385 (0,230)	,505	1,657 (0,446)
	35 a 59 anos	,076	1,079 (0,208)	,177	1,194 (0,418)
Região	Norte/ Centro-Oeste	Referência	Referência	Referência	Referência
	Sul	,492	1,635** (0,172)	,227	1,254 (0,339)
	Sudeste	,413	1,511* (0,222)	-,029	0,972 (0,448)
	Nordeste	,340	1,405* (0,184)	,365	1,440 (0,363)
Confiança na presidência	Não confia	Referência	Referência	Referência	Referência
	Confia	1,156	3,176*** (0,218)	-,565	0,568 (0,471)
Expectativa governo Dilma	Regular	Referência	Referência	Referência	Referência
	Ótimo/ Bom	0,760	4,139*** (0,170)	0,590	1,804 (0,307)
	Ruim/ Péssimo	-,521	0,594 (0,342)	2,649	14,144*** (0,305)
Avaliação do presidente Lula	Regular	Referência	Referência	Referência	Referência
	Ótimo/ Bom	,790	2,204*** (0,179)	,471	1,602 (0,312)
	Ruim/ Péssimo	,398	1,488 (0,352)	1,703	5,490*** (0,425)
Simpatia partidária	Outros partidos	Referência	Referência	Referência	Referência
	PT	,137	1,147 (0,141)	-,791	0,453 (0,356)
	PSDB	-,545	0,580 (0,289)	-,671	0,511 (0,499)
	Democratas	-,312	0,732 (0,616)	,925	2,522 (0,861)
Ideologia	Direita	Referência	Referência	Referência	Referência
	Esquerda	-,159	0,853 (0,124)	,173	1,189 (0,239)

Obs: O Erro Padrão de cada coeficiente está entre parênteses.

Nota: Pseudo R² de McFadden = 0,342. Chi2: 910,4 (sig . <0,00). N= 2588 * p < 0,1 ; ** p < 0,05; *** p<0,01.

Fonte: Datafolha - 2012.

Esse julgamento egotrópico impulsiona a utilização de análises retrospectivas e é a base para impulsionar a obtenção de conhecimento político. Assim, a percepção sobre prejuízos ou benefícios pessoais realinha a imagem que os sujeitos têm do governo. Isso se deve, sobretudo, ao fato dos indivíduos dedicarem mais atenção para problemas que afetam diretamente a sua vida, enquanto, questões que envolvem terceiros são facilmente esquecidas.

Como a atenção está vinculada a capacidade da ação alterar o bem-estar individual, o conhecimento sobre o presidente será maior em áreas prioritárias para o cidadão. Por sua vez, amparado por esse conhecimento, os sujeitos irão estabelecer as suas expectativas racionais sobre a política e economia.

As expectativas não apenas estão presentes como afetam diretamente a utilização de análises retrospectivas e prospectivas (Tabela 4). Dessa forma, “the public evaluates the president based on the best forecast available of future prosperity, given its retrospective and prospective knowledge of the economy” (Erikson *et al.* 2002, pág. 297). Por isso, a expectativa negativa sobre a presidente Dilma amplia em mais de 14 vezes a chance de reprovar o governo. Vale destacar que há uma assimetria do efeito da expectativa sobre a popularidade que faz com que a alta expectativa não recompense o governo da mesma forma como a baixa expectativa do eleitor o pune (Tabela 6).

Em resumo, eleitores retrospectivos que colheram prejuízos passam a nutrir expectativas negativas e têm grande desejo de punir o governante. Assim, é possível dizer que a preocupação com o amanhã é orientada pelas experiências adquiridas ao longo da vida (Fiorina, 1981). Já para eleitores prospectivos a possibilidade de prejuízo tem mais impacto do que a previsão sobre benefícios, ou seja, a chance deles reprovarem o governo por temer mudanças é maior do que a aprovação com base na expectativa de ganhos futuros. Com isso, passam a punir o governo no presente com base naquilo que acreditam que irá acontecer no futuro (MacKuen *et al.* 1992).

As expectativas acerca da política e da economia dependem da conjugação das experiências pessoais com informações do presente (Erikson *et al.* 2000). Por esse motivo, as previsões são muito mais articulação de fatores subjetivos do que conhecimento sobre o objeto que está sendo analisado. Isso faz com que a ideia sobre o futuro não seja estática, já que os cidadãos redefinem metas e objetivos após a entrada de novas informações (Alt e

Chrystal, 1983)⁹⁰. Se as expectativas fossem estáveis dificilmente a popularidade do presidente oscilaria durante o mandato. Como veremos no próximo capítulo, as expectativas dos cidadãos variam ao longo do tempo estabelecendo efeitos diretos sobre o suporte público do mandatário.

⁹⁰ Como veremos no capítulo 5, isso ocorre, principalmente, a partir de informações acidentais que são contrabalanceadas com o conhecimento do indivíduo.

Capítulo 5

Os ciclos da avaliação: honeymoon e hangover effect

No início do mandato, os eleitores alinham os critérios utilizados para julgar o presidente a expectativa que ele é capaz de gerar. Como a expectativa não é estável, o processo avaliativo dos cidadãos não se mantém estático durante todo o mandato do governante⁹¹. Por esse motivo, a avaliação pode ser dividida em fases tendo o tempo como variável determinante da complacência ou acidez com o governo.

Na fase inicial, começo do mandato – as análises dos cidadãos costumam contemporizar as ações desenvolvidas pelo mandatário. Assim, nos primeiros meses após assumir o poder, geralmente, o governante vive uma “lua-de-mel” com os eleitores. Nesse período, os sujeitos são mais complacentes e, muitas vezes, minimizam a importância de eventos negativos. Com isso, o recém-governo consegue ser melhor avaliado mesmo quando suas ações não demonstram qualquer ruptura com o modelo estabelecido pelo seu antecessor.

No entanto, as resoluções equivocadas, ambíguas e até mesmo a omissão do governante decretam o fim da “lua-de-mel”. Assim, a segunda fase da avaliação surge no decorrer do mandato quando parte dos eleitores substitui a “lua-de-mel” pela “ressaca”.

Nessa nova fase, as ações do governo já não contam com a tolerância dos eleitores. Os critérios que eles utilizam ficam mais rígidos e as exigências são maiores. Nesse capítulo, discutiremos como esse ciclo operou no mandato da presidente Dilma Rousseff e como eventos como os protestos de junho de 2013 simbolizaram a saída da “lua-de-mel” com o eleitor e a entrada na ressaca.

⁹¹ É preciso distinguir processo avaliativo da avaliação. O processo avaliativo diz respeito às estruturas do julgamento, como, por exemplo, a percepção dos eleitores e os critérios. Já a avaliação é o resultado do processo avaliativo.

5.1. Lua-de-mel: o efeito da expectativa

No início do mandato presidente e eleitores vivem em “lua de mel”. Isso ocorre, pois o começo de novos governos é, geralmente, marcado por alta popularidade⁹² devido à baixa criticidade dos eleitores e julgamento superestimado das ações do mandatário. Nesse período, o entusiasmo sobre mudanças a expectativa gerada em torno do novo incumbente dissocia os eleitores da realidade⁹³.

Para o eleitor, o presidente debutante é, em regra, mais disposto a promover transformações do que o seu antecessor. Esse entusiasmo natural faz parte de eventos que precedem o início do novo governo, como, por exemplo, as eleições. Assim, governos principiam com estoque de popularidade decorrente de fatos que lhes antecedem (Nannestad e Paldam, 1994) e quanto maior for esse estoque maior será a sua capacidade de impor um novo modo de governar e de tomar decisões cruciais para os anos seguintes do mandato. Nos primeiros meses, espera-se que o presidente apresente qual será o direcionamento do seu governo, quais as medidas serão prioritárias e quais atores serão centrais.

Os meses iniciais são cruciais para sedimentar a imagem do governo. Por isso é preciso planejamento sobre quais decisões terão prioridade na agenda governamental. Esse ponto é importante, pois resoluções acertadas têm a capacidade de ampliar a “lua-de-mel”. Por outro lado, quando o incumbente não age no tempo certo ele perde credibilidade.

Assim, o primeiro aspecto que reduz a “lua-de-mel” é a inércia do governo que esgota repentinamente as expectativas da população e provoca frustração. A incapacidade de tomar decisões ou a ausência de propostas contraria os eleitores tornando-os frustrados e isso produz como resposta abrupta rejeição que, dificilmente, pode ser revertida no decorrer do mandato.

O segundo fator que promove o fim a “lua-de-mel” são as consequências não esperadas das decisões políticas, ou seja, os seus efeitos adversos. Tais efeitos inesperados e indesejados das políticas geram ameaças ao bem-estar e criam ansiedade nos eleitores. Por sua vez, ao

⁹² O modelo de Marra, Ostrom e Simon (1990) sugere que essa onda seja de quase 20 pontos.

⁹³ Vale lembrar que o entusiasmo dos adversários tende a continuar baixo. O governo não inicia com o apoio de todos, principalmente, os eleitores que votaram no opositor ao Presidente tendem a nutrir certa desconfiança.

provocar ansiedade, o governo altera o humor do público e colabora para instalar clima de alerta sobre suas ações.

No Brasil, um dos casos mais emblemáticos do impacto que intervenções mal sucedidas do governo apresentam sobre o humor público foi o do Plano Collor. Tal plano, apresentado no dia seguinte a posse do presidente Collor, continha várias ações com foco central de permitir o controle da inflação. Porém, algumas medidas que faziam parte do Plano como, por exemplo, congelamento de salários, redução da máquina administrativa com a promessa de demitir mais de 300 mil funcionários públicos e, sobretudo, o confisco da poupança promoveram rápida mudança no clima nacional geraram desconfiança e ansiedade nos eleitores. No decorrer do mandato mais eleitores se agregam ao grupo dos ansiosos o que provocou a redução da base de sustentação do governo.

Em resumo, é preciso compreender que cada ação poderá ter efeitos indesejados sobre a popularidade presidencial. Isso ocorre porque o conjunto de eleitores é composto por indivíduos com perspectivas diversas. Assim, algo que é positivo para alguns pode ser percebido como negativo para outros.

Dessa forma, cada decisão governamental é carregada de um custo que concorre para deteriorar o suporte público. Esse custo decisional deve fazer parte do cálculo que envolve a escolha das questões que irão compor a agenda governamental. Em outras palavras, é preciso compreender se o benefício destinado a um determinado grupo trará ganhos políticos ao governo maiores do que o custo decisional.

Como cada decisão, geralmente, desgasta a imagem do mandatário, com o passar do tempo é natural que o suporte público recue (Nannestad e Paldam, 2002). Esse recuo gradativo fragiliza o incumbente e fortalece a oposição. A redução do suporte pode ser explicada por quatro hipóteses: (1) coalizão de minorias; (2) regressão para níveis naturais; (3) desequilíbrio e (4) clamor por mudanças.

O primeiro aspecto é perceptível quando a oposição não é homogênea e sim formada por um conjunto diverso de atores com múltiplas questões. Em um dado momento, os insatisfeitos criados pelo custo decisional formam um bloco para endurecer a oposição e

dificultar a governabilidade. Esse bloco constitui o que vem a ser conhecido como “coalizão de insatisfeitos”⁹⁴ ou coalizão de minorias.

Muller (1970) apresenta que grupos com demandas reprimidas pelo governo se unem em um bloco denominado de “coalizão de minorias”. Essa coalizão tentará criar empecilhos à governabilidade. Por sua vez, a baixa governabilidade concorre tanto para ausência de decisões quanto para a tomada de medidas equivocadas, pois as alianças são difíceis de serem construídas e passam a ser mais instáveis.

A coalizão de insatisfeitos buscará finalizar a lua-de-mel para pressionar o governo a acatar suas demandas. Com o tempo o bloco dos descontentes pode ganhar visibilidade capaz de mobilizar a opinião pública e finalizar a “lua-de-mel” como aconteceu nos “protestos de junho” que serão retratados nas próximas seções.

Por outro lado, Paldam (1986) minimiza os efeitos da coalizão de minorias. Para ele, os eleitores não alteram bruscamente o seu posicionamento sobre o governo, pois há uma quantia estável de suporte público pertencente a cada partido. Em outras palavras, por pior que o governante seja a sua popularidade não vai a zero do dia para a noite, pois os simpatizantes do partido do governo garantem uma base de sustentação.

Assim, as oscilações da popularidade presidencial apresentam limites cuja base é formada pelos governantes convictos e o teto pelos sujeitos que antipatizam o partido que está no poder. Para esses, não há nada que o incumbente faça que os demova de suas posições previamente estabelecidas (Ver Figura 3). Dessa forma, a segunda hipótese que explica a diminuição do suporte público é a regressão para níveis naturais, ou seja, após a “Lua-de-mel” a queda da popularidade nada mais é do que uma regressão à base do partido.

⁹⁴ Brody (1991) acredita que nem sempre as decisões do governo irão fomentar opositores com capacidade de influenciar a aprovação.

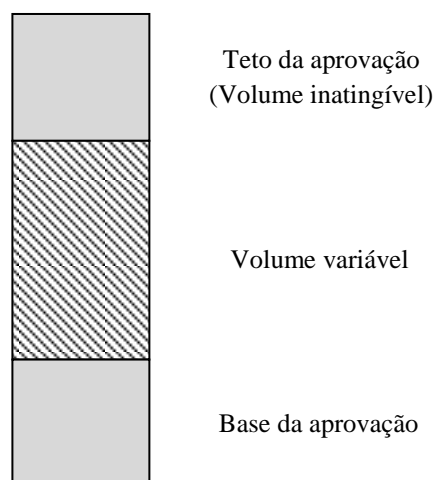


Figura 3 - Limites da oscilação da popularidade

No caso da presidente Dilma, a sua base de aprovação corresponde aos simpatizantes do Partido dos Trabalhadores que gira em torno de 20% dos eleitores brasileiros. É importante ressaltar que ao longo do tempo esse grupo sofreu profundas transformações. Atualmente, a concentração maior de simpatizantes é entre os eleitores do nordeste e de baixa renda⁹⁵. Já o teto da aprovação é representado, preferencialmente, pelo público que rejeita o Partido dos Trabalhadores.

Os partidos buscam criar coalizões para diminuir a possibilidade de redução à base e consequentemente diminuir o impacto da coalizão de minorias. No entanto, em alguns sistemas políticos essa tarefa se torna mais difícil devido ao desequilíbrio existente entre os partidos. Por exemplo, em sistemas com apenas três partidos de igual representatividade, a popularidade do mandatário varia conforme a aliança que o governo estabelece com um segundo partido. Porém, no momento em que não for possível mantê-lo na base o mandatário perde suporte público e, consequentemente, capacidade de tomar decisões.

Nesses casos, a popularidade não depende apenas das ações do governante e sim do desequilíbrio existente entre as forças políticas. Em outras palavras, quanto mais frágil a oposição mais popular será o incumbente (hipótese desequilíbrio).

O último fator que promove a redução da popularidade é a sedução pelo novo. Isto é, os opositores ao governo podem surgir pela simples vontade de testar novos governantes com

⁹⁵ Fonte: Ibope 04/2014.

novas ideias (clamor por mudança). Para os sujeitos que formam esse grupo a insatisfação condiciona o apoio ao mandatário. Eles, em sua maioria, são eleitores egotrópicos com visão de curto alcance sobre a política.

Assim, o apoio desses indivíduos é volúvel e difícil de ser controlado. Em determinados momentos dão suporte ao governo, mas pouco tempo depois podem migrar para a oposição. Isso ocorre pela ausência de preferências fixas ou pelo efeito do custo decisional.

Como vimos, o governo elenca algumas questões como prioritárias. Tais questões são escolhidas, geralmente, para responder os anseios da opinião pública. Porém, durante o mandato os eleitores podem alterar suas preferências sem que o governante consiga perceber essa mudança. Com isso, o incumbente passa a defender bandeiras que não mais interessam a população.

Esse desalinho entre mandatário e cidadãos abre espaço para que outros atores possam agir. Como o presidente não responde mais aos anseios dos eleitores, eles são facilmente seduzidos por novas propostas. Dessa forma, havendo partidos com propostas diferentes irá sempre existir uma pequena parcela de eleitores para se opor ao incumbente. No momento da eleição, esses sujeitos são aqueles que votam contra o governo movidos pelo desejo de obter políticas mais adequadas as suas preferências (Paldam e Skott, 1995).

Em resumo, os fatores que impactam a popularidade se mantêm pela presença de objetivos e reações assimétricas entre os eleitores, na impossibilidade de políticas com distribuição igualitária de benefícios e pelo impacto dos partidos políticos. Caso os eleitores não reagissem aos eventos políticos e econômicos, a ação do governo seria de pouca relevância. Como isto não ocorre, a interpretação que os sujeitos fazem de eventos tem consequências diretas sobre a popularidade.

5.1.1. O efeito dos eventos na prolongação ou redução da “lua-de-mel”

O efeito “lua-de-mel” apesar de ser passageiro pode reaparecer várias vezes ao longo do mandato. O retorno se deve, sobretudo, a eventos críticos que limitam a compreensão dos eleitores sobre as questões públicas. Esses eventos monopolizam a atenção da população reduzindo a criticidade sobre outras áreas.

Nessa perspectiva, Mueller (1970) desenvolveu a ideia de que acontecimentos, como a ameaça por forças externas ao país podem afetar diretamente a popularidade do Presidente. Para Mueller (1970, 1973) momentos de consternação unem a nação em torno do presidente produzindo o “rally effect”. A partir daí vários autores se debruçaram sobre a relação “rally effect” e o suporte ao governo (Mueller 1970, 1973; Kernell, 1978; Sigelman e Conover 1981; MacKuen, 1983; Ostrom e Simon, 1985; Marra, Ostrom e Simon, 1990; DeRouen, 2000; Holsti, 2009; James e Rioux 1998).

O “rally effect” proporciona que acontecimentos externos provoquem rápida mudança no clima nacional e criem reações patrióticas entre a população. Como consequência, em curto prazo, a popularidade do Presidente cresce exponencialmente⁹⁶. O impacto sobre a avaliação será proporcional a magnitude do evento (Kernell, 1978). Por sua vez, a magnitude do evento pode ser redimensionada pelo próprio Presidente. Nesse caso, eventos insignificantes são tratados como cruciais para o destino da nação. Dessa forma, “a president can influence his standing to the extent he is able to affect the salient environmental events and conditions” (Ostrom e Simon, pág. 335, 1985). A influência também vem da forma como a resposta é conduzida e da prolongação do evento.

O Rally ‘round The Flag⁹⁷ diminui as críticas sobre a atuação do governo (Mueller, 1970; 1973) e volta a atenção de parte dos eleitores para o presidente (Callaghan e Virtanen, 1993). Isto explica, por exemplo, o crescimento abrupto da popularidade de George W. Bush passando de 51% antes dos ataques de 11 de setembro e chegando a 90% no pós-ataque. Algumas interpretações dão conta de que o patriotismo sustenta esses efeitos (Brody, 1991). Dessa forma, quando os interesses da nação estão em jogo as pessoas

⁹⁶ A importância dos “rally events” sobre a popularidade presidencial é relativizada por Lian e Oneal (1993); DeRouen (1995). Lian e Oneal (1993) não encontrou relação nem mesmo entre partidários do governo.

⁹⁷ Reunião em torno da bandeira.

apoiam o Presidente acriticamente como demonstração de patriotismo (Baker e Oneal, 2001).

Nem todo evento será um “rally event” ou terá capacidade para repercutir sobre a popularidade. Os eventos também se diferenciam pelo impacto, pois enquanto uns provocam maior influência outros passam praticamente despercebidos pela opinião pública. Newmann e Forcehimes (2010) entendem que essas distorções se devem ao formato da cobertura realizada pela mídia. Para eles, a forma como o evento será enquadrado e o tempo que ele ocupará na pauta serão cruciais para definir seus efeitos.

Porém, não pode ser subjugado o papel do presidente para determinar o enquadramento e a visibilidade do evento. Apesar de não controlar tudo o que acontece, o presidente pode utilizar o seu prestígio para relativizar os fatos ou alertar sobre consequências. O prestígio ajuda o presidente na tarefa de fazer com que o eleitor “accept the hard conditions in their lives, or anyway do not blame him” (Neustadt, pág. 99, 1980). Através da resposta dada aos acontecimentos o presidente consegue orientar tanto a mídia quanto a interpretação dos eleitores. Ele seria um professor que se torna imprescindível, sobretudo, nos momentos de crise (Neustadt, 1980).

Dessa forma, muitas vezes, a resposta emitida pelo governante passa a ser mais importante do que o evento em si. A exemplo disso, pode ser apontado o caso do programa “Mais Médicos”. No governo Dilma, tal programa foi adequado para reorientar a opinião pública e direcionar a atenção dos cidadãos para aquilo que seria uma “disputa” entre a classe médica e o interesse da população. No entanto, vale destacar que a capacidade de intervenção sobre os eventos e de orientação sobre como agir irá depender da popularidade do mandatário.

Eventos políticos têm efeitos incrementais, seus resultados demoram a ser percebidos, pois algo que acontece hoje passará a estruturar a avaliação dos próximos dias ou meses. Assim, a forma como os eleitores avaliam eventos correntes depende de acontecimentos que o precederam e que, muitas vezes, não possuem qualquer relação. Conforme Kernell, “current popularity reflects the level of approval during the preceding month” (Kernell, 1978, pág. 515). Por isso, diz-se que as alterações na popularidade do presidente são incrementais.

Em outras palavras, o governo não será profundamente reprovado amanhã por medidas que tomou hoje. A reprovação decorre do acúmulo de falhas graves cometidas ao longo do mandato e, enquanto ela não se mostra claramente a avaliação permanece praticamente estável. Quando a estabilidade se rompe os danos para a popularidade serão sentidos por um longo período. O Gráfico 1 apresenta como foi pequena a variação da aprovação da presidente Dilma. A primeira queda foi em junho de 2011 com a redução das expectativas sobre o governo. Em março de 2011, 68% dos brasileiros tinham expectativa de que o governo Dilma seria ótimo ou bom, já em julho houve um recuo de 13% com a expectativa ficando em 55%⁹⁸. A partir daí a popularidade cresceu a pequenos passos até março de 2013 quando atingiu o pico com 63% de aprovação.

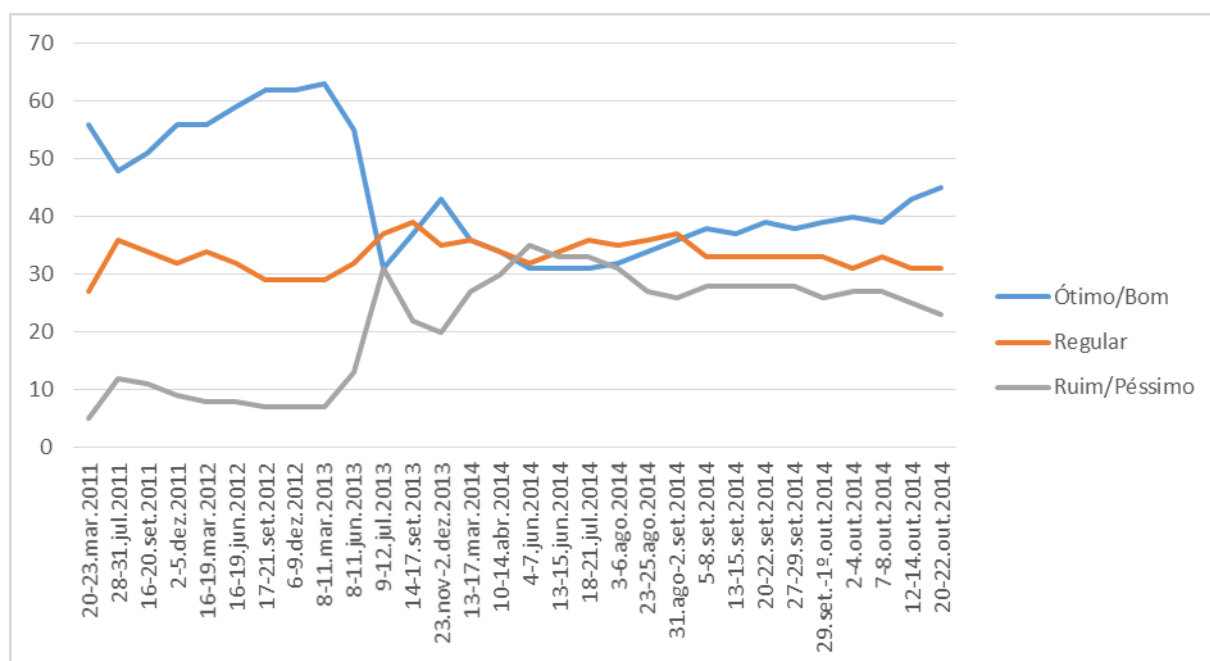


Gráfico 2 – Popularidade da presidente Dilma mar/11 a mar/14 (Ibope)

O declínio que ocorre a partir de março de 2013 representa o fim da “lua-de-mel”. Esse esgotamento se evidencia por meio de vários acontecimentos isolados que ocorrem no primeiro semestre de 2013. Como, por exemplo, a “questão do tomate” que repercutiu em abril mostrando a insatisfação com a inflação. Naquele período, o Financial Times observou que: “President Dilma Rousseff may be among the world’s most popular presidents but her chances of re-election next year are being challenged by a formidable

⁹⁸ Pesquisa CNI/ Ibope de agosto de 2011.

opponent – the humble tomato”⁹⁹. Mais adiante iremos analisar com mais profundidade os fatores que provocaram, a partir de junho de 2013, a abrupta redução na popularidade presidencial.

Como já dito, quando eventos do governo afetam o bem-estar dos eleitores eles se tornam mais atentos aos fatos políticos. Assim, quanto maior a relevância do evento mais atentos serão os cidadãos e mais criteriosas serão as suas avaliações. Na maioria dos casos, isto não se desfaz com simples medidas corretivas. No primeiro semestre de 2013, o governo Dilma buscou suavizar o impacto da inflação. Em janeiro, a Presidente realizou pronunciamento em cadeia nacional para anunciar a redução na tarifa de energia elétrica em 18% para o consumidor residencial. Porém, poucos dias depois teve que reajustar o valor da gasolina em 6,6%.

A ameaça que pairou sobre o bem-estar dos eleitores culminou na ampliação da ansiedade que potencializou o sentimento de que as coisas não estavam indo bem e que poderiam piorar. Como pode ser visto no Gráfico 2, em março de 2013, 31% dos brasileiros acreditavam que o desemprego fosse aumentar, em junho do mesmo ano esse número passou para 36% e em julho chegou a 44%.

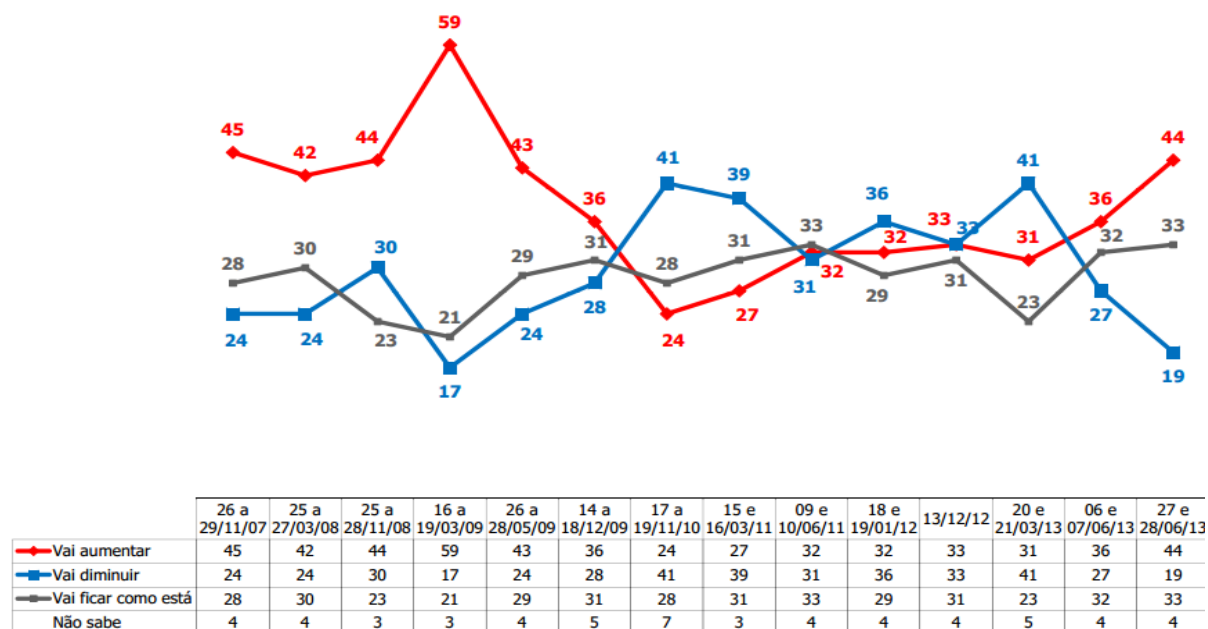


Gráfico 3 - Expectativa acerca do desemprego mar/11 a jul/13 (Ibope)

⁹⁹ A matéria pode ser conferida em: <http://www.ft.com/cms/s/0/c9ad0994-a390-11e2-ac00-00144feabdc0.html>

No entanto, esses números não refletiram em nada a realidade pela qual o país passava. Como pode ser observado no Gráfico 4, a taxa média de desemprego do primeiro semestre de 2013 foi a menor dos últimos 10 anos. A média de 5,7% foi 0,6% menor do que a registrada no início do governo Dilma Rousseff.

É preciso lembrar que a capacidade de previsão dos eleitores é marcada pela aliança entre expectativa e politização das questões econômicas (Edwards e Gallup, 1990). Com isso, previsões econômicas não se limitam ao conhecimento dos indivíduos e são frequentemente distantes da realidade. No entanto, elas possuem impactos políticos significativos, pois “what voters want their government to do depends on what they think their country will be like several years from now” (Popkin, 1992, pág. 33).

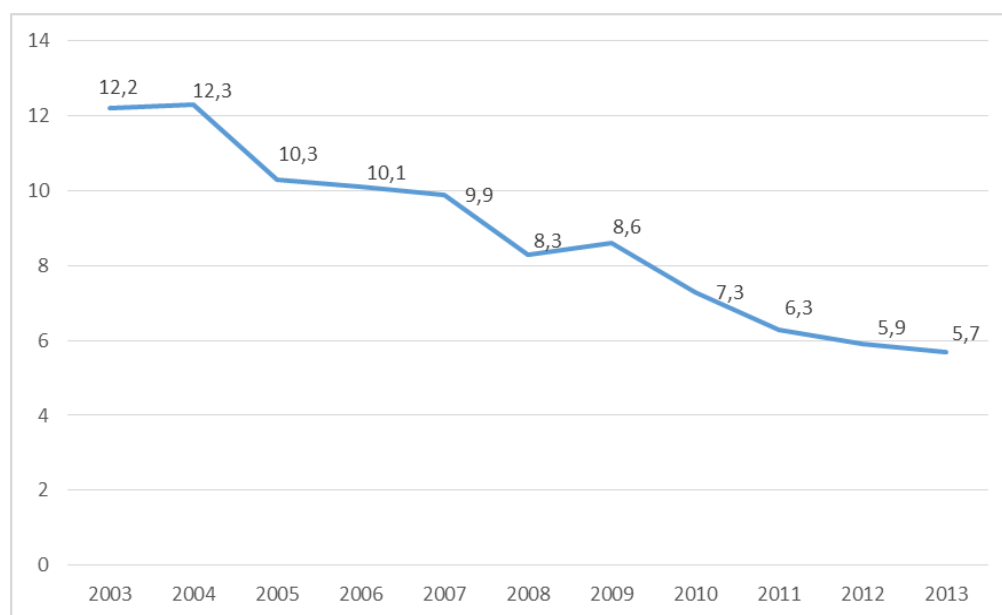


Gráfico 4 – Taxa Média de desemprego no 1º Semestre, em% (IBGE)

Por esse motivo, a lua-de-mel no seu ápice se caracteriza por eleitores com expectativas elevadas e justificativas para as falhas do presidente. Já no seu encerramento há o declínio das expectativas sobre a atuação do governo.

Com baixa expectativa, a fragilidade das ações do governo fica mais visível e eventos negativos que produzem a ideia de que as coisas não estão indo bem ganham espaço na

memória do eleitor. Isto, por sua vez, ativa o sistema de vigilância provocando maior acúmulo de informações sobre o governo. O aumento da atenção sobre as questões políticas e a queda na tolerância é a marca da “ressaca”.

A saída da “lua-de-mel” não é de fácil previsão, pois ela depende da interpretação dos sujeitos para as ações do governo e, muitas vezes, não resulta de apenas um problema específico. Além disso, vale lembrar que os sintomas dos problemas são retardados. Assim, uma ação negativa pode ter sua consequência imediata ou apresentar reflexos sobre o suporte público apenas a longo prazo. Por esse motivo, como veremos na próxima seção, é que eventos como os protestos de junho surgem para simbolizar o desgaste do governo, mas não podem ser vistos como únicos responsáveis pela deterioração da popularidade presidencial.

5.1.2. Protestos de junho e a popularidade presidencial: o encontro da coalizão de minorias

No primeiro semestre de 2013, uma onda de protestos sacudiu o país e atingiu diretamente, praticamente, todos os governantes. Em um primeiro momento, motivadas pelos aumentos das tarifas dos ônibus e com pequeno público, as manifestações que se espalharam pelo Brasil ganharam múltiplos focos e atenção da opinião pública brasileira¹⁰⁰.

Os protestos foram registrados em mais de quatrocentas cidades do país e quase trinta cidades pelo mundo. Esse período de turbulência ficou conhecido como “Protestos de Junho” ou “Jornadas de Junho” devido ao ápice das manifestações ter sido observado no mês de junho. Nos eventos do dia 17 de junho, por exemplo, mais de trezentos mil brasileiros estavam envolvidos.

Porém, nem todos os participantes foram as ruas para defender as mesmas causas. Os protestos, em seu estágio mais avançado, significaram um momento de reunião da coalizão de insatisfeitos. Assim, as manifestações que iniciaram motivadas pelo aumento do valor da tarifa dos ônibus incorporou outras causas como gastos públicos na Copa do Mundo,

¹⁰⁰ O conjunto dos protestos teve seu estopim deflagrado em Porto Alegre nos primeiros meses de 2013.

combate a corrupção e crítica aos partidos e políticos de um modo geral. Por esse motivo, para a população as manifestações foram motivadas, principalmente, pelo aumento das tarifas de transporte público (58,7%); contra a corrupção (32,3%) e por maiores investimentos em saúde e educação (Tabela 7).

Tabela 7 - Principal motivo das manifestações

Motivo	%
Contra o aumento das tarifas de transporte público	58,7
Contra a corrupção	32,3
Maiores investimentos em saúde e educação	30,6
Contra a inflação	18,5
Contra os políticos em geral	18,4
Contra as empresas de ônibus	17,6
Falta de segurança pública (roubos, assaltos, mortes, etc.)	15,4
Melhorias nos serviços públicos	15,3
Contra a Fifa/ Copa no Brasil	11,2
Contra os governos em geral	7,6
Contra o Governo Federal/ Presidente da República	6,6
Contra a PEC 37 (Projeto de lei que limita a atuação do ministério público nos casos de corrupção)	6,0
Contra a Prefeitura da Cidade de São Paulo/ Prefeito Fernando Haddad	3,5
Contra a violência policial nas manifestações	3,4
Contra o governo Estadual/ Governador	2,9
Contra o Governo do Estado de São Paulo/ Governador Geraldo Alckmin	2,7
Contra a Prefeitura/ Prefeito da Cidade	2,3
Contra a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro/ Prefeito Eduardo Paes	1,6
Contra o Governo do Estado do Rio de Janeiro/ Governador Sergio Cabral	1,2
Outras	3,8
Não sabe/ Não respondeu	6,3

Fonte: Ibope – 06/2013.

Com o aumento de motivações e, conseqüentemente, de pessoas envolvidas, os protestos de junho ganharam outra dimensão política. Se antes repercutiam apenas entre um público localizado, no auge passou a obter atenção de um grande conjunto de indivíduos. Isso possibilitou o redirecionamento do debate público e fez com que as manifestações alterassem profundamente o humor nacional.

Os governantes tiveram que redefinir suas agendas e os cidadãos que antes não tinham visão crítica sobre a atuação dos incumbentes passaram a perceber falhas na atuação de prefeitos, governadores e da presidente. Dessa forma, os protestos tiveram como principal consequência a mobilização dos eleitores contra a classe política. Assim, quanto mais crescia o apoio dos indivíduos as manifestações, menor era a tolerância aos governantes. De um modo geral, conforme a **Tabela 8**, aqueles que eram contra os protestos avaliavam mais positivamente os políticos, sobretudo, a presidente Dilma cuja média da nota desse grupo foi a maior entre os governantes (6,63).

Tabela 8 - Apoio aos protestos e nota média da classe política

Por favor, agora me diga que nota, de 0 a 10 o(a) sr(a) daria para a atuação do(a)/ dos(das):	Nos últimos dias ocorreram várias manifestações populares em diversas cidades do Brasil. O(a) sr(a) é a favor ou contra essas manifestações?		
	A favor	Contra	Não sabe/ Não respondeu
	Média	Média	Média
Presidente Dilma	5,46	6,63	7,09
Governador	5,14	6,04	5,80
Prefeito	4,59	5,70	5,67
Vereadores	3,56	4,39	4,97
Deputados estaduais	3,62	4,63	4,83
Deputados Federais	3,59	4,50	4,80
Senadores	3,52	4,27	4,57

Fonte: Ibope 06/2013.

O aumento da criticidade contra a classe política incitou o declínio na popularidade dos governantes. Nos estados onde os protestos repercutiram, os mandatários locais foram chamados a responder à população sobre questões como o valor das tarifas do transporte público.

Porém, como as motivações dos “protestos de junho” eram mais profundas, em muitos casos, as soluções apresentadas não tiveram a capacidade de reverter a queda na popularidade. Após os protestos, apenas o governador de Pernambuco conseguiu manter alta aprovação (58%). Enquanto na maioria dos outros estados, a popularidade dos

governadores ficou abaixo de 40%. Esse foi o caso do Rio de Janeiro (12%), São Paulo (26%), Rio Grande do Sul (25%), Bahia (28%) e Minas Gerais (36%)¹⁰¹.

No caso da presidente Dilma, as manifestações – como pode ser visto no Gráfico 2 – diminuíram de forma repentina e abrupta o suporte público da mandatária. A demora no diagnóstico por parte do governo agravou ainda mais a perceptível ruptura existente entre a opinião pública e a incumbente. A visão de que as manifestações eram localizadas com questões específicas e não se dirigiam ao Governo Federal retardou as ações da presidente para conter a derrocada da sua popularidade. Com isso, apenas no dia vinte e um de junho, em pronunciamento na TV a presidente apresentou sua visão sobre os protestos e anunciou quais medidas seriam adotadas (ver Quadro 2).

Nesse pronunciamento, a incumbente informou que o governo federal iria propor a governadores e prefeitos um pacto pela melhoria dos serviços públicos. Tal pacto girava em torno das principais demandas dos “manifestantes”: responsabilidade fiscal; plebiscito para reforma política; saúde; educação e transportes.

O curioso é que logo o primeiro ponto, a responsabilidade fiscal, não estava presente no conjunto de reivindicações dos manifestantes. Ele surgiu como resposta a investidores cujas inquietações poderiam, naquele momento, alterar o cenário econômico e transformar a crise política em econômica. O segundo aspecto do pacto visava responder as críticas que surgiram contra a classe política. Assim, salientava que o governo iria apoiar a reforma política para corrigir as falhas apontadas pela opinião pública.

Já o pacto para a saúde se centralizou na contratação de médicos estrangeiros por meio daquilo que viria ser conhecido como “Mais Médicos”. Nesse ponto, a resposta provocou uma nova crise, dessa vez entre os médicos e o governo. O principal motivo dessa crise foi a percepção da classe médica que o governo estaria lançando a culpa das falhas da saúde pública em seus ombros.

Esse embate esvaziou a atenção que a opinião pública ainda mantinha sobre as manifestações. Devido ao episódio do “Mais Médicos”, o governo conseguiu reposicionar o debate público através do enquadramento “nós contra eles”. Assim, os médicos foram colocados como contrários aos interesses da população.

¹⁰¹ Ibope/ CNI (25/07/2013).

O quarto pacto apresentou como solução para a educação o aumento de recursos por meio dos *royalties* da exploração de petróleo na camada pré-sal. Por último, o quinto pacto foi embalado por um conjunto de ações articuladas entre governo federal, governos estaduais e prefeituras para melhorar o transporte público, principalmente, nas grandes cidades.

As ações apresentadas como respostas por meio do pacto não tinham apenas o objetivo de demonstrar que o governo compreendia os anseios da população como, também, visavam associar causas aos problemas e transferir responsabilidades. Com isso, o governo buscou mostrar que estava aberto ao diálogo com a população e que, também, desejava mudanças.

Porém, apesar das ações apresentadas como resposta à população, a popularidade presidencial não retornou aos níveis que outrora possuía. O governo que, em março de 2013, era aprovado por mais de 60% dos brasileiros passou os meses seguintes com pouco mais da metade disso. Nesse sentido, o que explicaria a popularidade não ter recuperado o patamar que possuía antes dos protestos? Como dito, as manifestações marcam o fim da “lua-de-mel” e o início da ressaca. Na próxima seção, analisaremos as características dessa nova fase opera e como ela limita a popularidade presidencial.

5.2. Efeito ressaca: o efeito do custo de decidir

Nos primeiros meses do governo, os eleitores são mais complacentes e possuem baixo nível crítico quando comparado com o final do mandato. Por isso, quase sempre a popularidade do mandatário inicia em alta sendo impreterivelmente corroída ao longo do tempo (Cronin, 1980; MacKuen, 1983; Mueller, 1970,1973; Stimson, 1976). A criticidade sobre as ações do governo reflete na forma como as questões são interpretadas. Eventos que no início do mandato são irrelevantes (efeito lua-de-mel) ganham outra conotação com o decorrer dos anos e impulsionam a queda no suporte público do presidente (efeito ressaca) (Beck; Carr; Walmsley, 2012)¹⁰².

¹⁰² Conforme Stimson (1976), o efeito ressaca será sentido, sobretudo, no terceiro e quarto ano de mandato. É preciso destacar ainda que alguns autores abordam a ideia de um “efeito nostalgia” que possibilita ganhos na popularidade nos últimos meses do mandato (Geys, 2010).

Dessa forma, a popularidade presidencial seria representada por um modelo parabólico (Stimson, 1976) partindo da alta aprovação para a reprovação e findando o mandato com estabilidade ou recuperação superficial do suporte. Essa deterioração da popularidade por mais que seja adiada é sempre inevitável e até mesmo presidentes carismáticos encontram dificuldade para manter a avaliação estável ao longo do tempo¹⁰³. Aqui caracterizamos o efeito ressaca não pela instabilidade da popularidade e sim pelos danos provenientes do aumento do nível crítico dos eleitores.

A parábola convexa de Stimson (1976) resulta de expectativas e frustrações. No início do mandato boa parte dos eleitores elaboram expectativas elevadas acerca da atuação do governo. A expectativa irreal não considera as limitações do governo sobre o contexto institucional, econômico (governança) e político (governabilidade). Eleitores não compreendem, por exemplo, que as instituições podem limitar a atuação e atrasar a implementação de políticas. Devido às limitações institucionais, o trâmite entre a sinalização do governo para a execução de determinada política até a sua real consecução produz ansiedade e incertezas nos eleitores.

Já a economia pode impedir a concretização das promessas de campanha. As promessas são realizadas em um cenário para serem executadas em outro e, geralmente, não preveem as inconstâncias econômicas que, muitas vezes, impedem o governante tirar a promessa do papel. Vale lembrar que problemas econômicos podem ser alheios ao governo, principalmente, quando ocorrem crises externas. Porém, os danos são domésticos, já que alteram a agenda pública provocando incertezas e limitando a execução das promessas de campanha.

É preciso entender que os eleitores dão mais atenção para ações de rescaldo do que para medidas de prevenção (Healy e Malhotra, 2009). Assim, a avaliação se concentra mais no julgamento sobre a capacidade de solução de crises do que na análise das ações para evitar que as crises apareçam. Isto faz com que medidas de longo prazo sejam postergadas para dar espaço a intervenções paliativas com efeitos políticos visíveis.

¹⁰³ A estabilidade na avaliação acomete pequeno grupo de eleitores. Ela depende do grau de comprometimento com o governo que se divide em: comprometimento direto (ocupação de cargos de confiança ou apoio outrora publicamente declarado); rendas (contratos com o governo ou vantagens financeiras indiretas); identificação partidária; questões pessoais (vínculos afetivos com componentes do governo).

Por esse motivo, intempéries econômicas têm grande capacidade de provocar dissonância entre governo e eleitores. Se o governo atrela sua popularidade à efetividade de suas políticas e a capacidade de suprir as demandas da população, em determinado momento, ele se esgotará perdendo a habilidade de solucionar problemas. Para exemplificar imaginemos o seguinte: a população pressiona por tarifas baixas no transporte público e é atendida. Com isso, o governo passa a acreditar que satisfaz os eleitores, entretanto, vários usuários poderão ficar descontentes com a superlotação, atrasos ou sucateamento da frota estabelecendo novas demandas. Em resumo, uma demanda solucionada estimula e estrutura novas demandas.

Por sua vez, a não atualização do governo, ou seja, a incapacidade de acompanhar a opinião pública faz com que as reivindicações não sejam compreendidas no momento certo. Muitas vezes, quando a atualização ocorre a insatisfação já está fora de controle. Em outros casos, o mandatário percebe as novas demandas, mas não possui meios adequados para suprir as novas necessidades. Daí a solução do problema inicial acarreta diversos outros problemas graves para a popularidade.

A última limitação está relacionada à construção da base de sustentação, pois ela cria entraves para que o governante defina por si só os rumos do governo. As limitações políticas dizem respeito as negociações envolvendo opositores e aliados que, muitas vezes, são responsáveis por restringir o controle do governo sobre a agenda pública.

Como as políticas dependem da mobilização de recursos e negociação com atores de posições distintas, muitas vezes, o governo precisa aguardar o momento mais propício para apresentar propostas. No entanto, para os eleitores a ideia é de inércia, indiferença ou incompetência por parte do governo com as demandas que eles possuem.

Por sua vez, a percepção do incumbente como descompromissado ou ineficiente resulta na ampliação da reprovação. A imagem do Presidente como não conhecedor dos problemas da população ou sem interesse por bandeiras tidas como prioritárias é, muitas vezes, considerada como insulto. Essas demandas reprimidas ou frustradas criam insatisfação e protestos.

Em alguns casos, o mandatário conhece os fatores que afetam negativamente a sua popularidade, mas não consegue agir de forma razoável para reverter a “ressaca”. Isso ocorre por dois motivos principais. O primeiro é o desencaixe de perspectivas entre o

incumbente e os cidadãos. Os eleitores, geralmente, mudam de perspectivas no decorrer do mandato e, com isso, políticas que eram tratadas como prioritárias perdem essa condição e não obtém resposta adequada do governo.

O segundo motivo seriam as sucessivas frustrações e privações acumuladas na fase “lua-de-mel”. O governo quando amplia a expectativa da população por meio de promessas ou pacotes de medidas, em um primeiro momento, passa a contar com alta popularidade. No entanto, no momento em que tais ações demonstram baixo desempenho, o suporte público se deteriora e surge uma “ressaca” profunda. No início, investimentos públicos em áreas estratégicas promovem crescimento na aprovação, mas a demora na concretização, atrasos, notícias sobre recursos mal gastos e fraudes geram inquietações na população e descrença acerca das ações do governo.

Além disso, a demora na concretização limita os recursos para novos investimentos. O grande número de projetos em execução reduz a capacidade de propor novas intervenções. O colapso dos investimentos faz com que o governo chegue ao ponto de não mais conseguir responder a população como antes. Por outro lado, em alguns casos, o estoque de grandes obras inauguradas, nos últimos meses do governo, proporciona certo realinhamento na popularidade em um momento crucial para a definição dos eleitores.

Como dito, as principais ações do governo são calculadas com o objetivo de maximizar o suporte público. No entanto, como os recursos são limitados, os interesses são múltiplos e conflitantes cada medida adotada resulta em uma fração de descontentes. Assim, apesar do governo perseguir o interesse da maioria, a popularidade do presidente tende com o tempo a sofrer com a agitação dos insatisfeitos (Mueller, 1970). Esse *cost of ruling* irá originar um bloco de descontentes que dará vazão a “ressaca”.

5.2.1. Cost of ruling e a percepção do eleitor

No geral, as ações do mandatário são estrategicamente desenhadas para ampliar o seu suporte público. Para tanto, é necessário primeiro identificar quais são as pretensões dos eleitores e ter conhecimento sobre como os indivíduos avaliam os eventos políticos para se

antecipar as reações decorrentes. Porém, como os eleitores apresentam limitações, o governante não consegue identificar com exatidão como será a recepção do público para todas as suas ações.

Assim sendo, por mais esforçado que seja, o mandatário não é capaz de fazer com que suas medidas tenham apenas consequências positivas, isto é, ampliem o suporte público. Não existe ação política perfeita, logo nenhuma medida resultará apenas em resultados ótimos. Dessa forma, em muitos casos, aquilo que beneficia um grupo prejudica diversos outros atores. O governo não tem como evitar que determinadas ações resvalém negativamente sobre alguns grupos de eleitores.

Porém, nem sempre o fato da política ser classificada como negativa está relacionado a sua qualidade, geralmente, ele depende da percepção dos eleitores. Nesse sentido, muitas vezes, são aspectos cognitivos que induzem os sujeitos a reprovarem as medidas adotadas pelo mandatário. Entre eles, os principais são a ambiguidade, efeitos colaterais e problemas externos.

A ambiguidade é um fator que provoca equívocos na interpretação das ações do presidente, pois ela cria distorções na leitura sobre como as políticas afetam a vida dos indivíduos. Em resumo, ela faz com que sujeitos com as mesmas perspectivas mantenham percepções diferentes sobre as ações do mandatário. A dificuldade de compreender as raízes dos problemas políticos, cria brechas que possibilitam leituras ambíguas sobre causas e soluções. Por exemplo, o sujeito pode estar desempregado e identificar que isso se deve a forma como o governo controla a economia, enquanto, outro pode sugerir que as causas estão em fatores externos.

Já os problemas externos da ação do governante são como efeitos colaterais, isto é, o mandatário na intenção de beneficiar X acarreta prejuízos para Y. Por exemplo, usinas hidrelétricas ou termelétricas apesar de serem consideradas como essenciais para o crescimento econômico do país, sua construção prejudica os grupos que estão ao seu entorno. Desse modo, o governo beneficia alguns e prejudica outros criando *cost of ruling*.

Os problemas externos surgem ainda indiretamente da ação ou omissão do governo. Assim, quando o governante destina recursos para uma política que favorece alguns em detrimento de outros corre o risco de gerar “prejuízos” não intencionais.

Em alguns casos, a percepção individual sobre a política de cotas pode ativar essa visão sobre “prejuízos” não intencionais. Isso porque como essa medida favorece um público específico com critérios, muitas vezes, considerados subjetivos acaba restringindo, por exemplo, a entrada daqueles que se encontram na fronteira, ou seja, nem tão pobres e nem tão ricos. A frustração desses indivíduos não atendidos resultará em aversão ao governo. Vale destacar que como os “efeitos colaterais” dependem da interpretação dos indivíduos, conseqüentemente, podem ser moldados tanto pelo governo quanto pela oposição. Cabe a eles mostrar onde estão os prejuízos e benefícios.

Os efeitos colaterais podem ser divididos em agregativos ou depreciativos. Eles serão agregativos, quando a ação desenvolvida pelo governo apresenta mais benefícios do que prejuízos a sua popularidade, ou seja, o *cost of ruling* é baixo. Por sua vez, a ação depreciativa é a consequência mais grave do custo de tomar decisões. Ela ocorre quando algo negativo provoca reações em cadeia, isto é, o incumbente ao prejudicar o eleitor em uma área altera a percepção dele sobre as demais áreas de atuação do governo. Esse é um dos motivos que torna comum a prática dos cidadãos reprovarem serviços públicos sem utilizá-los. O sujeito percebe a falha da administração em uma área e transfere essa visão para todas as outras áreas.

Além disso, o custo de tomar decisões pode vir a ser depreciativo a partir da demonstração de insatisfação dos indivíduos. Isso porque a reação dos cidadãos a medidas negativas ocasiona situações embaraçosas para o mandatário, como, por exemplo o uso da repressão policial em protestos, a paralisação de serviços públicos devido a greves ou bloqueios de vias por manifestantes.

Para compreender como isso funciona, imaginemos um cenário hipotético com policiais insatisfeitos agindo através daquilo que é conhecido como “operação tartaruga” – isto é, ação deliberada de prestar os serviços públicos de forma displicente e morosa –, essa atitude faz com que aumente os casos de violência que, em alguns casos, resulta na queda da satisfação dos eleitores com o governo. Por sua vez, a redução do apoio popular ao mandatário impulsiona o volume de críticas e a atenção para as demais áreas da administração. Assim, a falha que gera a insatisfação de um grupo se dissemina por toda a sociedade criando danos irreversíveis ao suporte público.

Nessa tarefa de disseminar a insatisfação, a ansiedade exerce papel fundamental. O medo faz com que os indivíduos direcionem a atenção para alguns eventos e esqueça de outros (Forgas, 2003; Fox, 2008; Marcus e Mackuen, 1993). Com isso, eles são conduzidos a decisões precipitadas e distantes dos seus reais interesses.

A ansiedade faz com que os sujeitos busquem identificar possíveis causas e soluções. Quanto maior a ansiedade mais propensos serão os sujeitos a estabelecerem culpados por eventos que incidem transitoriamente sobre o seu bem-estar. Esse processo de responsabilização é marcado pelo compromisso de justificar e reduzir a frustração punindo algo ou alguma coisa.

Por esse motivo, aqueles que utilizam avaliação egotrópicas tendem a responsabilizar o governo pelas mudanças no bem-estar individual. Eles esperam que o incumbente apresente as possíveis soluções para afastar ansiedade. Isso tudo surge no decorrer do mandato como efeito do custo de tomar decisões e impulsiona os períodos de ressaca.

Esse processo de responsabilização não se satisfaz em apenas apontar culpados é preciso definir meios de recompensa ou sanção. Isto é, depois do governo afetar negativamente o cotidiano dos indivíduos, eles esperam receber algo para cobrir o prejuízo, caso contrário punirão o mandatário.

Assim, a recompensa é exigência imposta pelos eleitores para reduzir o efeito de decisões imperfeitas do incumbente. Enquanto não forem recompensados se oporão ao governante. Por esse motivo, ao mesmo tempo que o governo estabelece cotas nas universidades públicas para cidadãos com baixa renda, ele patrocina o estudo de jovens da classe média em centros de ensino do exterior. Isto é, o custo político de cotas em programas como o ProUni é reduzido por meio das bolsas concedidas pelo Programa Ciências sem Fronteiras.

Por sua vez, a sanção é um mecanismo utilizado para impedir que o evento continue afetar o bem-estar. Ela é efetivada para afastar o agente causador. Assim, se o governo for visto como responsável por infortúnios, ele perde o suporte público o que diminui sua capacidade de intervenção.

No entanto, como veremos no próximo capítulo, o processo de responsabilização é determinado pela percepção dos eleitores e isso faz com que governo e oposição mantenham a todo momento campanha permanente que órbita na identificação de culpados

por medidas negativas ou positivas. Dessa forma, para evitar sanções que surgem do *cost of ruling* o governo lança estímulos cuja meta é afastá-lo da responsabilidade por medidas negativas. Esse processo de criar estímulos para alterar a percepção dos eleitores sobre as ações do governo é denominado aqui de política cognitiva.

A política cognitiva é o elemento central da campanha permanente do governo. O seu foco está na compreensão de que a maioria dos eleitores não mantém análises estáveis, isto é, os critérios utilizados são flexíveis e podem ser moldados. Com isso, a ação do governo considera que erros de diagnóstico por parte dos eleitores existem e devem ser evitados.

Na ausência de ação ou quando as políticas cognitivas falham o governo acaba sendo punido por eventos que fogem do seu controle como, por exemplo, problemas decorrentes de catástrofes naturais (Achen e Bartels, 2004)¹⁰⁴. Por outro lado, a política cognitiva eficiente diminui o impacto do *cost of ruling* reduzindo a possibilidade de responsabilização do presidente por fatos negativos.

5.2.2. A popularidade e o período eleitoral

O período eleitoral delimita etapa a parte da popularidade do incumbente. Nele há aumento significativo de informações sobre o governo, principalmente, por meio das propagandas políticas. Nessa etapa, a aglutinação de forças contra o incumbente e o maior volume de informações a disposição do público faz com que os eventos que envolvam o governo obtenham destaque maior do que teriam se surgissem em outra fase do mandato. Assim, fatos que antes passariam despercebidos ganham relevância para a avaliação do desempenho do mandatário.

Nesse contexto, os eleitores são conduzidos a repensar as ações do incumbente a partir das questões que surgem durante a campanha. Com isso, ganham a possibilidade de

¹⁰⁴ Por outro lado, medidas propostas pelo governo que visam a contenção de desastres naturais não encontram grande suporte do público (Healy e Malhotra, 2009). Ações de contenção tem baixo impacto na avaliação do governo.

reconsiderar as medidas adotadas pelo presidente a partir da comparação com governos anteriores, pela possibilidade de benefícios futuros ou pelo temor provocado pela oposição.

Os esquemas da campanha transmitidos pelos candidatos, o aumento da informação e o rearranjo de forças políticas atrela a avaliação do governante ao momento da disputa eleitoral (Tabela 1Tabela 9). Dessa forma, nos meses que antecedem a eleição a popularidade se alinha a intenção de voto, principalmente, quando o incumbente almeja a reeleição.

Tabela 9 - Correlação popularidade e intenção de voto (2002-2014)

	Pop	Int Voto
Popularidade	1	
Intenção de Voto	0,656	1

Fonte: Elaborado a partir de pesquisas do Datafolha

Os esquemas eleitorais transmitidos durante a campanha buscam sugerir ao eleitor sob quais critérios devem julgar o mandatário. O objetivo é redefinir os processos que estruturam a avaliação acerca do desempenho do incumbente. Nessa tarefa, os principais esquemas difundidos pelas campanhas sugerem para os eleitores modelos prospectivos, comparativos e polarizadores.

Os modelos prospectivos buscam conduzir os cidadãos a identificar quais serão as consequências das medidas adotadas pelo governante. Nesse caso, o governante sugere que as ações que ele adotou trarão benefícios para a população. Com isso, o discurso geralmente é o da herança negativa transmitida pelo antecessor que obrigou o mandatário a primeiro corrigir os equívocos das administrações passadas. Dessa forma, o incumbente pede um novo mandato para que possa colher o que plantou.

Já as análises comparativas apresentam em quais aspectos o atual mandatário foi melhor ou pior do que o seu antecessor. A finalidade é identificar a área onde o governante demonstra mais avanços e apresentá-la como sendo a mais relevante para a população. Isto é, se o governante obteve melhores resultados na saúde omite-se os dados das outras áreas.

Por último, os esquemas polarizadores visam diluir os eleitores em grupos para que os mesmos analisem as questões políticas a partir do impacto que elas apresentam para a

comunidade que eles compõem. Assim, em vez de julgar o presidente pelos serviços prestados ao país passam a analisá-lo apenas por benefícios localizados.

O efeito fundamental desses esquemas sobre a popularidade é possibilitar que parte dos eleitores reveja os critérios sobre os quais avaliam o presidente. Eles direcionam a atenção para questões antes não perceptíveis e estimulam a aliança entre a avaliação do mandatário e o voto.

Vale ainda destacar que o efeito do período eleitoral também se notabiliza pelo aumento da publicidade governamental e da informação disponível ao eleitor. Para o governo, esse período é o momento de apresentar e explicar ao eleitor a finalidade das ações que desenvolveu, ou seja, é uma prestação de contas com o intuito de ampliar a popularidade presidencial.

Por esses motivos, a popularidade do presidente está sujeita a mudanças e esse fator limita a previsibilidade acerca do resultado eleitoral. Em decorrência dos efeitos da campanha, característica comum das últimas três eleições presidenciais brasileiras tem sido o aumento da popularidade do presidente quando comparada com a que ele possuía três meses antes da eleição.

Em 2006, o suporte público do presidente Lula era de 38% e próximo ao final do segundo turno passou para 53%. Em 2010, a aprovação do presidente Lula era de 77% e, no final da disputa eleitoral, saltou para 83%. Já em 2014, o crescimento da popularidade da presidente Dilma Rousseff foi de 7%, isto é, saiu de 35% para 42%¹⁰⁵.

No entanto, é preciso destacar que o crescimento do suporte público não é linear, pois é frequente a presença de turbulências que derrubam a popularidade sucedidas por acíves repentinos. A **Tabela 10** apresenta o desvio-padrão da popularidade presidencial nas eleições desse século. A volatilidade maior é vista nas eleições de 2006 e 2014¹⁰⁶.

¹⁰⁵ Fonte: Datafolha.

¹⁰⁶ Considera-se que o período eleitoral inicia em julho e finaliza no final do segundo turno.

Tabela 10 - Desvio-padrão da popularidade presidencial durante o período eleitoral

Ano da eleição	Desvio-Padrão
2014	2,85
2010	2,27
2006	3,90
2002	2,72

Fonte: Elaborado a partir de pesquisas do Datafolha
 Nota: Cada período eleitoral com 10 pesquisas com intervalo de no mínimo 7 dias.

Por outro lado, no período eleitoral a estabilidade da popularidade presidencial é próxima do período da “lua-de-mel” e bem maior do que na “ressaca”. Como apresenta a **Tabela 11**, o período de maior oscilação do suporte público é na fase da “ressaca” onde a popularidade cai abruptamente e apresenta picos de alta. Em comparação com a “ressaca”, a “lua-de-mel” apresenta maior estabilidade devido ao baixo nível crítico dos eleitores.

Tabela 11 - Desvio-padrão da popularidade da presidente Dilma Rousseff

Período	Desvio-Padrão
Lua-de-mel (01/2011 - 03/2013)	5,12
Ressaca (04/2013 - 06/ 2014)	8,49
Período eleitoral (07/2014 - 10/2014)	6,13

Fonte: Elaborado a partir de pesquisas do Ibope
 Nota: Contabiliza-se dados com intervalo de no mínimo 30 dias.

Por sua vez, a estabilidade no período eleitoral tem como base a dinâmica da eleição quanto mais acirrada maior será a volatilidade. Vale ressaltar que, geralmente, a intenção de voto do incumbente candidato a reeleição ou daquele que conta com o apoio do mandatário se mantém pouco acima da popularidade. Nas disputas que envolviam reeleição do mandatário, em média, o suporte público superou a intenção de voto em pouco mais de 2%.

Cada crescimento ou redução na intenção de voto é antevisto na popularidade, pois é nela que se concentra o núcleo duro dos eleitores do mandatário. Assim, se surge fato novo que deteriora o suporte público nos dias seguintes veremos queda na intenção de voto. Por sua vez, se a intenção de voto cresce e a popularidade permanece estável temos um indicativo que esses votos obtidos não estão consolidados.

Capítulo 6

A mídia e a campanha permanente

O incumbente e seus opositores mantêm campanha permanente com objetivo de reter ou ampliar o suporte público¹⁰⁷. Em suas estratégias de comunicação, governo e oposição utilizam os recursos e oportunidades que possuem para instruir a opinião pública sobre questões políticas e indicar o que é relevante. Com isso, a campanha nunca termina (Hecló, 2000).

Os presidentes têm em comum o desejo de serem bem avaliados pelos eleitores. Para eles, governar é a busca constante por ampliar o suporte público. É com base nisso que, geralmente, programas são formulados e políticas são implementadas. Assim, as medidas desenvolvidas pelo presidente fazem parte de “a nonstop process seeking to manipulate sources of public approval to engage in the act of governing itself” (Hecló, pág. 17, 2000).

Como vimos, no processo de avaliação do presidente há muito mais questões envolvidas do que uma simples leitura sobre a eficiência de políticas. Políticas eficientes não necessariamente resultam em elevada aprovação do público, por sua vez, governos bem avaliados nem sempre podem ser considerados “bons governos”. Isto porque a interpretação dos eleitores, muitas vezes, é direcionada por fatores subjetivos que inviabilizam a análise fria das ações do presidente. Por esse motivo, não é raro a população aprovar políticas irrelevantes ou contrárias a seus interesses.

Além disso, a falha na identificação da relevância das questões políticas se deve, também, a assimetria de informações. O presidente sabe mais sobre o governo do que a oposição e os cidadãos. Ele tem informações sobre a eficiência de suas ações e omite as medidas que possam ser consideradas negativas. Como não possuem conhecimento suficiente para julgar todas as propostas e ações do governo, o julgamento dos eleitores, muitas vezes, se baseia na percepção sobre como as ações do mandatário podem interferir no seu bem-estar.

¹⁰⁷ O termo “campanha permanente” foi cunhado por Patrick Cadell, estrategista do governo Jimmy Carter.

Dessa forma, julgamentos com base em informações assimétricas são facilmente conduzidos pela estratégia do governo. Isto é perceptível quando o mandatário não compartilha informações que possam provocar prejuízos maiores a sua atuação e que poderiam se transformar em empecilhos à execução das políticas¹⁰⁸. Com essa medida, o eleitor é, muitas vezes, levado a cooperar com o governo por desconhecer a real gravidade do cenário em que se encontra. Devido a desigualdade de informações, muitas políticas proporcionam melhora na imagem do governo e mais tarde se mostram ineficientes. Assim, a população premia o mandatário sem conhecer os efeitos colaterais das ações que ele promove (Hodler *et al.* 2010)¹⁰⁹.

Vale lembrar que a assimetria não é exclusividade dos eleitores. Ela, também, dificulta a ação dos opositores na tarefa de elucidar para o público como o governo está agindo¹¹⁰. Com isso, em alguns casos, eles não possuem informação suficiente para questionar as medidas adotadas pelo incumbente.

Por sua vez, o incumbente não identifica perfeitamente quais são os reais interesses dos cidadãos (Rogoff e Sibert, 1988). Isso torna árdua a tarefa de criar políticas voltadas aos anseios da opinião pública. Assim, tanto presidente quanto eleitores atuam em volta de incertezas.

O equilíbrio na desigualdade de informação insere a necessidade do governante criar estratégias para induzir o julgamento do eleitor sobre o seu desempenho. O objetivo é controlar a percepção dos eleitores sobre os eventos políticos e sobre os efeitos das políticas públicas. Os governantes são motivados a inibir as consequências que ações negativas possam ter sobre a popularidade omitindo-as ou afastando a sua responsabilidade pelo acontecimento. Em decorrência disso, os eleitores com baixa informação sobre a eficiência das políticas e sobre quais são as reais intenções do governante acabam, em

¹⁰⁸ O fomento da assimetria de informações não visa apenas ampliar o suporte público do presidente. A assimetria vai ser essencial em questões que envolvem a segurança nacional ou que possam impactar negativamente a economia do país. Assim, essa estratégia passa a ser adotada quando alertar a população cria danos que recaem, sobretudo, na economia e consequentemente impactam diretamente a avaliação do governo.

¹⁰⁹ Obras de impacto cumprem esse papel de forma adequada, pois elas levam anos para serem concluídas e as deficiências só ficam evidentes após a alternância no governo.

¹¹⁰ Nos casos em que há equilíbrio no acesso às informações e compreensão dos fatores essenciais para analisar o governo a vantagem do governante desaparece.

alguns casos, legitimando distribuição desigual dos recursos públicos através de políticas públicas deficientes (Coate e Morris, 1995).

A ação do mandatário para orientar a percepção da opinião pública sobre as suas medidas é efetivada por meio de políticas cognitivas. Em resumo, políticas cognitivas são um conjunto de medidas impostas pelo governo com o objetivo de redefinir, sobretudo, prioridades e expectativas dos indivíduos para ampliar o suporte público. Como vimos, a avaliação resulta da percepção sobre bem-estar individual ou coletivo. Por sua vez, tal percepção depende da relevância e expectativa sobre determinados temas.

Com base nisso, o presidente atua com o intuito de indicar a relevância das suas próprias ações visando benefícios políticos (Hodler *et al.* 2010)¹¹¹. Através dessa interferência, o incumbente direciona as expectativas dos eleitores para áreas onde possui maior competência forjando indiretamente a forma como será avaliado¹¹².

Por sua vez, os opositores buscarão esvaziar a influência do presidente sobre a opinião pública, sobretudo, imputando responsabilidade ao governo por medidas consideradas negativas ou criando medidas populares cujo veto seja constrangedor para o mandatário. Eles cumprem o papel de advertir e informar o eleitor sobre as ações do governo. O foco da oposição é mobilizar os eleitores contra o presidente espalhando a ideia de que está tudo indo mal e a expectativa é de que piore.

No Brasil, a capacidade da oposição manter campanha permanente contra o governante é bastante limitada¹¹³. Em alguns casos, ela ocorre diretamente através de aparições em noticiários ou propagandas partidárias e indiretamente por meio da utilização de veículos de comunicação contrários ao governo. Enquanto o governante tem ampla vantagem por contar com veículos públicos de comunicação, possuir espaços reservados para seus

¹¹¹ A tentativa de interferir na percepção dos eleitores através das políticas públicas é mais frequente no período que antecede a disputa eleitoral.

¹¹² A campanha permanente é bastante sensível, pois quando o eleitor identifica a presença de estímulos lançados apenas para atingir determinado fim político a ação depreendida acaba sendo contraproducente. A compreensão de que estão sendo ludibriados fortalece a rejeição ao governante e cria aversão a novos estímulos.

¹¹³ Nos E.U.A. a ação da oposição se dá em parte através da veiculação de comerciais na mídia ou por meio de espaços legalmente constituídos para possibilitar resposta a pronunciamentos do presidente, principalmente, aquelas realizadas no “State of the Union”.

pronunciamentos a nação e poder utilizar os recursos de publicidade para divulgar as suas ações ou simplesmente chantagear a mídia.

Assim, a continuidade da disputa eleitoral se dá, principalmente, através da mídia. Independentemente do tipo de avaliação, se é sociotrópica ou egotrópica parte dos eleitores tem em comum a característica de recorrer a mídia para embasar o discurso pró ou contra o governo (Shah e Watts, 2012), geralmente, rejeitando ou acolhendo informações a partir de premissas que eles possuem ou para nutrir suas expectativas. Assim, eleitores atingidos de forma negativa pela ação do governo se tornam mais atentos e vulneráveis as questões lançadas pela mídia e oposição. Já aqueles que se sentiram beneficiados são mais desatentos a mídia e declinados a desconfiar dos opositores.

A todo instante os indivíduos são submetidos a processos informacionais. Diversas informações com interesses não tão claros são repassadas, reformuladas, absorvidas ou descartadas em intenso processo de compartilhamento de expectativas. A informação apresenta papel central no processo de tomada de decisão até “mesmo a escolha de metas exige informação, já que apenas sua meta definitiva – sua ideia do estado social ideal – existe independentemente de seu conhecimento da situação atual” (Downs, 1999, pág. 228).

Os veículos de comunicação proveem as informações necessárias para os indivíduos compreenderem o ambiente político. A mídia é a maior fonte de informação sobre os acontecimentos do país e em todas as suas variantes (Jornal, TV, Rádio, Revistas, Internet e etc.) está presente a tarefa de selecionar temas, enquadrá-los e sugerir como devem ser interpretados. Por isso, ela é retratada como tendo a capacidade de alterar a prioridade que os sujeitos dão para problemas públicos como, também, exercer a função de indicar possíveis soluções (Iyengar, 1994).

Indo além, a cobertura da mídia, sobretudo, da televisão seria responsável por imputar responsabilidade ao presidente a determinados eventos (Iyengar e Kinder, 2010). Ao focar um tema específico altera o interesse dos eleitores surtindo efeitos diretos no ambiente político, repercutindo na forma de atuação do presidente e em como ele será julgado pelos eleitores (Behr e Iyengar, 1985; Iyengar et al. 1984; Brody, 1991; Miller e Krosnick, 2000).

Nesse sentido, a avaliação do presidente dependeria estritamente de fatos contemporâneos à avaliação e a forma como eles são retratados através do noticiário (Iyengar e Kinder, 2010). Assim, a contextualização dos acontecimentos políticos e a atenção dada a eles pela mídia alteraria os critérios utilizados pelos eleitores no julgamento do desempenho do presidente (Krosnick e Kinder, 1990).

Dessa forma, a exposição ao noticiário teria a capacidade de fazer com que os cidadãos considerem como relevantes as informações que, conseqüentemente influenciam no julgamento sobre a atuação do presidente (Iyengar, Peters e Kinder, 1982; Iyengar e Kinder, 1987). Os problemas seriam selecionados pela mídia e a partir daí entrariam no cotidiano da população passando a fazer parte do julgamento sobre o desempenho do governante.

Nesse sentido, a avaliação do presidente seria volátil dependendo das circunstâncias e atrelada à agenda da mídia. Isso porque a percepção dos eleitores sobre a relevância dos problemas variaria conforme a sua exposição aos noticiários (Iyengar *et al.* 1984). Com isso, a mídia teria o papel de reforçar as predisposições do indivíduo, sendo importante para auxiliá-los na decisão sobre o que é relevante (Behr e Iyengar, 1985). Em resumo, a maior influência da mídia seria na capacidade de direcionar o debate público priorizando algumas questões e escamoteando outras.

Porém o impacto da mídia é, muitas vezes, sobrevalorizado, por não ser considerado as experiências individuais e sendo os sujeitos caracterizados como atores isolados com memória limitada tendo a capacidade de fazer apenas avaliações do tipo *on-line*. Os cidadãos são retratados como espectadores que consomem informações de forma passiva. Com base nisso, nesse capítulo, discutimos o processo de atribuição de responsabilidade ao mandatário, como o eleitor se informa sobre as ações desenvolvidas pelo governo e como a mídia afeta a avaliação acerca do desempenho do presidente.

Para tanto, a nossa hipótese aqui é de que: (1) os indivíduos acessam as informações a partir de suas predisposições – experiências subjetivas e conhecimento político; (2) a exposição a mídia terá relação com a ideia acerca do desempenho do governo – expectativas – aqueles que aprovam o governo estão mais expostos e demonstram mais confiança nas notícias; (3) quanto maior o conhecimento político maior a exposição aos

noticiários. Porém, essa exposição não colabora com a percepção sobre os problemas nacionais.

6.1. O processo de atribuição de responsabilidade

Os governantes são premiados ou punidos por suas ações e omissões. No entanto, antes de punir ou premiar o eleitor precisa identificar quais questões são relevantes e quem é o responsável por elas. Assim, a atribuição de responsabilidade é uma das etapas mais importantes da avaliação acerca do desempenho do presidente.

Como vimos, a avaliação que os eleitores elaboram sobre o governante depende da percepção sobre quais questões estão ou não sob sua responsabilidade (Abramowitz, Lanoue, e Ramesh, 1988; Iyengar, 1987; Tyler, 1982). Dessa forma, para que um evento afete o suporte público é necessário primeiro que o presidente seja identificado como responsável.

Para manter ou ampliar o suporte público não são as ações em si que importam, mas sim as interpretações que os eleitores fazem delas. O governo pode tomar todas as melhores medidas possíveis e mesmo assim ser reprovado pela população. Enquanto isso, governos ineficientes podem ter suas ações contemporizadas pelo público.

Assim, para o governante, passa a ser estratégico convencer os eleitores que ele não possui responsabilidade por eventos negativos e se apresentar como promotor de acontecimentos positivos. Os políticos são impelidos a buscar afastar a sua responsabilidade de eventos negativos e reivindicar para si os créditos de feitos positivos (Weaver, 1986). Conforme Weaver, “those who fail to avoid blame are likely to find themselves unemployed” (Weaver, pág. 378, 1986). Para se desvencilhar da culpa, eles utilizam várias estratégias como, por exemplo, limitação da agenda, utilização de bodes expiatórios, culpabilização de terceiros e deserção (Weaver, 1986).

A limitação da agenda considera o custo da decisão política. Se o custo de decidir for elevado, ele pode ser transferido para terceiros o que é popularmente conhecido como “testa de ferro”. No caso, o Executivo pode transferir o custo da decisão negativa para o

Legislativo. Isto é comum quando o governo precisa vetar propostas sensíveis lançadas pelos opositores ou apresentar medidas contrárias aos interesses da população.

Vale lembrar que, geralmente, as propostas da oposição são embaladas pela tentativa de criar saia-justa entre o governo e a opinião pública. Eles apresentam medidas populares, como por exemplo a redução de impostos ou aumentos elevados do salário mínimo para que o possível veto presidencial provoque embaraços. Como o custo político de vetar tais propostas é alto o mandatário precisa de alguém que assuma a responsabilidade por essa ação.

Em outros casos, o governo é quem precisa lançar medidas negativas como, por exemplo, ajustes na carga tributária ou na taxa de juros. No tocante a esse último, o Banco Central e o ministro da fazenda, geralmente, arcam com o ônus da decisão assumindo a culpa. Assim, a transferência de responsabilidade possibilita que a agenda governamental se mantenha sem provocar danos a popularidade presidencial.

No entanto, nem sempre será possível ao governante se eximir da responsabilidade da decisão, como, também, os danos decorrentes da ação serão inevitáveis criando o *cost of ruling*¹¹⁴. Em alguns casos, apenas o presidente poderá agir, como, por exemplo, nos casos de veto das decisões do legislativo. A impossibilidade de delegar a decisão não permite que o mandatário se esquive ou transfira a culpa e, conseqüentemente, prejuízos políticos para terceiros. Esse quadro piora quando há clara divergência entre o público sobre a questão. Se os cidadãos estão divididos em torno de um tema o mandatário passa a viver um impasse sobre qual decisão tomar. Dessa forma, qualquer medida terá rejeição de parte dos eleitores concorrendo para efeitos negativos ao suporte público (McGraw, 1991).

Quando não é possível se desvincular da responsabilidade o governante tem ainda como saídas a utilização de pedido de desculpas ou justificativa da ação. A utilização de desculpas é comum quando não há possibilidade de convencer os cidadãos sobre benefícios da decisão. Isto ocorre com políticas herdadas do antecessor ou que se originam por fatos alheios a capacidade do presidente, como, por exemplo, crise econômica mundial ou mudanças climáticas. É preciso ficar claro que objetivo da desculpa é o de acalmar a

¹¹⁴ A relação do *cost of ruling* com a popularidade foi analisada no capítulo 4.

opinião pública, geralmente, apresentando bodes expiatórios (McGraw, 1991; Weaver, 1986)¹¹⁵.

Já a justificativa salienta não apenas os motivos que desencadearam a decisão como, também, busca convencer o eleitor de que não havia nada melhor a ser feito. Dessa forma, apresenta os benefícios comparando com outras possibilidades de decisão ou apela para consciência do eleitor valorizando o caráter de justiça da medida (McGraw, 1991).

O setor elétrico apresenta os casos mais simbólicos que ilustram essa distinção entre desculpa e justificativa. No governo Fernando Henrique Cardoso, a Crise do Apagão teve como consequência medidas negativas para a população como o racionamento de energia. A desculpa para o racionamento foi a de que ele era necessário até que as chuvas fossem regularizadas. Por sua vez, no governo Dilma, as medidas adotadas pela presidente, para ampliar o fornecimento de energia, passaram a ser justificadas pela ideia de que evitariam que a população revivesse episódios como a Crise do Apagão. Assim, conforme o governo, apesar dos malefícios da construção de usinas hidrelétricas apontados por ambientalistas a ação seria necessária para que o país continuasse se desenvolvendo.

Não só o presidente busca se desvincular de medidas negativas ou sensíveis. Essa prática também é seguida por aqueles com postos chave dentro do governo (Weaver, 1986). A exemplo disso foi a polêmica criada em torno daquilo que ficou conhecido como “Kit Gay”. O “Kit” era formado por um conjunto de materiais pedagógicos para ser utilizado no ensino médio. No entanto, após uma longa polêmica acabou sendo vetado pela presidente Dilma por “apesar do governo lutar contra práticas homofóbicas” não seria permitido a nenhum órgão do governo “fazer propaganda de opções sexuais”¹¹⁶. Em decorrência disso, o ministro da educação, Fernando Haddad recuou e teve que anunciar ajustes na política anti-homofobia encampada pelo ministério. Por sua vez, o sucessor, Aloizio Mercadante,

¹¹⁵ Em março de 2014, durante as inundações que acometeram Rondônia e o Acre, a presidente Dilma Rousseff, para afastar qualquer responsabilidade do governo, sustentou que a cheia do rio Madeira não estava atrelada a construção das barragens de Jirau e Santo Antônio e, sim, deveria ser vista como culpa das chuvas que caíram no território boliviano. De acordo com a presidente: "A Bolívia está acima do Brasil em relação ao nível da água. Nós não temos essa quantidade. Vem da Bolívia. Não é possível ser culpa das usinas".

¹¹⁶ A declaração da presidente Dilma pode ser assistida no seguinte *link*: <http://youtu.be/_oL3Jc1QBZA>.

para se afastar da polêmica em torno desse tema, teceu críticas à forma como a política havia sido conduzida pelo ex-ministro¹¹⁷.

Além de ser estratégia para ampliar ou manter a satisfação com o presidente, o comportamento de recuar de propostas sem aval da opinião pública ou do Legislativo, muitas vezes, ocorre para não interferir no andamento de todo o projeto ou para não implicar em empecilhos à execução de medidas futuras. Com isso, o governo dá um passo atrás em uma medida para dar dois adiante em outras. O próprio episódio do Kit deixa isso claro, já que foi marcado por pressão de parte do Legislativo para que o governo recuasse. A negativa poderia gerar grandes prejuízos políticos para a presidente.

Antevendo todo esse processo o mandatário pode articular a apresentação de propostas polêmicas apenas para direcionar a atenção do público fomentando longo debates sobre temas de baixa relevância. Ao desviar o foco, o governo imprime sua agenda sem obstáculos impostos pela opinião pública. Essa artimanha é mais eficiente quando os atores responsáveis pela polêmica não têm relação estreita com o governante.

É preciso entender que a compreensão dos eleitores sobre quais são as atribuições do governo não é uniforme e tampouco estática. Ela varia, principalmente, a partir de esquemas utilizados para simplificar a análise política individual¹¹⁸. Tais esquemas podem ser ativados a partir de sugestões lançadas pelo governo – políticas cognitivas – e oposição. Essas sugestões ganham força nos veículos de comunicação. Por esse motivo, a mídia colabora diretamente no processo de imputação de responsabilidade e na identificação da prioridade das questões (Edwards e Gallup, 1990; Iyengar, 1987 e 1989).

Com baixo conhecimento político, os sujeitos tendem a ser persuadidos de forma mais fácil sobre quais são as responsabilidades do governante. Assim, eles passam a questionar a atuação do mandatário pela ausência de ações em áreas que não são da competência dele ou por medidas que foram executadas por outros. Além disso, há desajuste acerca da percepção de possíveis consequências das políticas executadas pelo presidente. Por esse motivo, nem sempre os cidadãos verão o presidente como culpado pelos tempos difíceis (Lau e Sears, 1981).

¹¹⁷ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/31316-mercadante-critica-kit-gay-elaborado-em-gestao-anterior.shtml>

¹¹⁸ Ver capítulo 1.

Como os esquemas avaliativos não são distribuídos de forma homogênea entre os eleitores, as ações do presidente acabam não tendo efeitos equânimes sobre a popularidade. O que é interpretado como benéfico para alguns pode ser compreendido como extremamente negativo para outros. Essa assimetria na responsabilização do presidente amplia a importância de estratégias para apresentar a relevância de temas, como, também para auxiliar o eleitor a identificar como o governo deve ser julgado.

No tocante ao efeito das variáveis macroeconômicas sobre a popularidade presidencial é preciso compreender que devido à dificuldade do eleitor identificar quais são as reais atribuições do mandatário e como os critérios de avaliação são instáveis, elas, muitas vezes, acabam tendo efeito nulo sobre o suporte público. Além disso, em alguns casos, nem sempre os resultados econômicos afetam a popularidade com a mesma intensidade (Lewis-Beck, 1991). Isto porque os eleitores acabam dando pesos distintos as variáveis econômicas entre governos ou até mesmo entre os períodos do governo (*honeymoon* e *hangover effect*). Desse modo, elas não impactarão da mesma forma todo o tempo, ou seja, reduzir o desemprego em dois pontos hoje pode significar pequena variação na popularidade¹¹⁹. No entanto, amanhã essa mesma redução pode resultar em elevado crescimento no suporte público.

A economia só afetará a popularidade caso a população perceba o governo como responsável por bons ou maus resultados (Anderson, 1995). O presidente, por exemplo, pode ter suas ações interpretadas pelos eleitores como reflexo dos tempos difíceis. Nesse sentido, em uma crise econômica mundial o governante nada poderia fazer e, conseqüente, resultados pífios não abalariam a sua popularidade.

Da mesma forma, os eleitores podem perceber que os seus problemas pessoais não são de responsabilidade do presidente. Assim, muitos indivíduos apesar de se encontrarem desempregados entendem que essa condição se deve a motivos pessoais como a baixa qualificação e não a forma como o governo está conduzindo a economia¹²⁰. Nesse sentido, os problemas pessoais do eleitor só apresentam efeitos políticos visíveis quando há a percepção de que eles surgiram a partir das ações do governo ou que poderiam ser

¹¹⁹ Vale destacar que conforme Frey e Garbers (1971) apenas grandes flutuações no desemprego terão efeito sobre o resultado das eleições.

¹²⁰ Ver capítulo 3.

minimizados por meio de medidas do governante (Brody e Sniderman, 1977; Lau e Sears, 1981; Sniderman e Brody, 1977).

Essa percepção acerca da responsabilidade do presidente depende, também, do formato das instituições de cada país, pois são elas que delimitam as ações do governante. Com isso, os efeitos da economia sobre a popularidade não têm o mesmo significado de um país para outro (Paldam, 1991). Isto é, a redução do desemprego no Brasil pode ter a capacidade de ampliar o suporte público, já a mesma redução em outros locais pode ser completamente insignificante para a avaliação daquele que lá governa. Essa diferença na análise decorre das atribuições impostas aos presidentes pelas instituições. Isto é, os presidentes não têm as mesmas tarefas, conseqüentemente, a percepção do eleitor sobre como o governo deve funcionar não é a mesma entre países (Anderson, 1995). As estruturas políticas distintas fazem com que em determinados locais algumas áreas tenham mais prioridades do que outras. Em outras palavras, os modelos que explicam a avaliação dos presidentes americanos não necessariamente serão úteis para compreender como os presidentes brasileiros são julgados. Assim, a avaliação do governo é em parte resultante dos aspectos institucionais e da interpretação que os eleitores dão a esses aspectos.

As ações do governo dependem do conjunto de instituições que estruturam a atuação governamental. Porém, as mudanças nessas instituições não necessariamente são acompanhadas pela atualização no julgamento do público. Isso, muitas vezes, ocasiona cobranças por ações que não são mais da competência do presidente. Nesse sentido, as instituições determinam quais são as atribuições do governo, mas o público continua cobrando que ele atue em áreas que fogem da sua alçada.

Dessa forma, deve ser rejeitada a ideia de que os governos são uniformes e os critérios avaliativos são idênticos para todos eleitores. Como, também, não é possível afirmar que os eleitores sempre irão culpar o governante por seus infortúnios financeiros. Nem sempre os indivíduos apontarão o governo como responsável pelos altos e baixos da economia ou por seus problemas pessoais como, por exemplo, o desemprego (Kinder e Kiewiet, 1981; Popkin, 1991; Stigler, 1973). Assim, “personal economic conditions will influence voting behavior only when there is a perception of social (economic, governmental) responsibility for financial well-being” (Feldman, 1982, pág. 449).

Nesse sentido, é possível dizer que tanto as escolhas tomadas pelo governo quanto as realizadas pelos cidadãos dependem da estrutura institucional, já que elas condicionam a atuação e indicam como o presidente deve agir. O sistema político é a forma mais clara para ilustrar que nem todos os governos são iguais e não sendo iguais não podem ser avaliados da mesma forma pelos eleitores. Por exemplo, sistemas políticos cujo centro das ações é um único partido ou indivíduo facilitam a responsabilização por acertos ou equívocos econômicos (Anderson, 1995).

Como as instituições não são rígidas, as atribuições do governo não se mantêm inertes. Tanto a interpretação sobre qual seria o papel do governo como, também, a própria atuação do governo variam de país para país. Em alguns países, a responsabilidade do governante sobre o andamento da economia é maior já em outros é bastante restrita. A intensidade dessa responsabilidade, também, se altera conforme o tempo. No caso do Brasil, as reformas implantadas pelo governo Fernando Henrique diminuíram o impacto da atuação do governo. Medidas que antes eram tomadas com o aval do presidente passaram a ser decididas por agências insuladas¹²¹.

Em 2006, o governo Lula sofreu com o evento que ficou conhecido como “apagão aéreo”. Nesse episódio, a infraestrutura aeroportuária brasileira deu sinais de que não supria a nova demanda e o governo foi responsabilizado pela má gestão dos aeroportos. No governo Dilma, com a concessão dos principais aeroportos, o peso dessa questão sobre a avaliação do governo diminuiu. Casos como esse, demonstram as peculiaridades locais que envolvem cada presidente. Por isso, para compreender como os eleitores julgam o presidente é necessário compreender as especificidades do país, o contexto institucional, a cultura política¹²² e a conjuntura econômica em que os atores estão envolvidos.

Com base nisso, vale ressaltar que os resultados econômicos não são percebidos da mesma forma por todos os indivíduos como, também, a reação desencadeada não será a mesma. O

¹²¹ No Brasil dos anos 1990, o presidente controlava o valor das tarifas aéreas, o preço do gás de cozinha, tarifa de energia, etc. Além disso, ele tinha responsabilidade sobre a qualidade de serviços públicos ofertados por empresas como Embratel e Eletrobrás. Após a reforma gerencial, o papel do governo mudou e vai se alterando ao passar dos anos.

¹²² Em países com tradição autoritária, a população não costuma reclamar quando o governante utiliza o cargo em benefício próprio.

efeito político da inflação, por exemplo, não será o mesmo do desemprego¹²³. Por exemplo, a baixa taxa de desemprego não será tão preponderante para o suporte público quanto a elevada taxa de desemprego ou o aumento da inflação em dois pontos terá mais peso para o suporte público do que a sua redução acima de dois pontos. No caso do desemprego, deveria ainda ser considerado o impacto que ele tem para diversos nichos da população. O desemprego do chefe de família envolve um número maior de pessoas do que a dificuldade sentida pelos jovens de encontrar o primeiro emprego. Consequentemente, o efeito político do desemprego do primeiro será maior.

Além disso, pode existir distorções na leitura sobre inflação ou desemprego. Os eleitores podem, por exemplo, entender que inflação significa produtos caros e não elevação dos preços desses produtos (Conover et al. 1986). Quanto ao desemprego, eles podem concluir que a população simplesmente não deseja trabalhar ou que não é tarefa do governante colocar as pessoas para trabalhar (Peffley, 1984).

Há ainda a possibilidade do público descartar ou relativizar notícias sobre a queda ou aumento da inflação retirando a responsabilidade do presidente (Alt, 1979). A inflação pode ser compreendida como sendo fruto de causas externas, como por exemplo o aumento dos combustíveis devido a crises nos países produtores de petróleo (Peffley, 1984).

Além disso, é bom frisar que resultados econômicos negativos apresentam impacto maior sobre a popularidade presidencial do que os resultados positivos (*grievance asymmetry*). A possibilidade dos candidatos do governo fracassarem com resultados econômicos negativos é maior do que a possibilidade de prosperarem quando os resultados são favoráveis (Bloom e Price, 1975). Nas próximas seções, iremos analisar a configuração da mídia no Brasil e como ela atua na imputação de responsabilidade ao presidente identificando quais questões são relevantes e atuando na definição dos critérios sobre os quais os eleitores devem avaliá-lo.

¹²³ A inflação para o brasileiro tem papel distinto entre as gerações. A hiperinflação esteve presente na vida de boa parte dos brasileiros. Em março de 1990, o Índice de Preços ao Consumidor ultrapassou 80%. Sob essas condições a população mantinha certas estratégias que com o controle da inflação foram desaparecendo do cotidiano e são completamente desconhecidas pelos jovens. Atualmente, com baixa variação o efeito político demonstra ser maior.

6.2. Panorama da mídia no Brasil

Os efeitos da mídia sobre a avaliação do desempenho do governo variam conforme as características do eleitorado. No Brasil, o eleitor mediano além de atribuir baixa relevância aos assuntos políticos, apresenta limitações quanto a sofisticação política, pouca adesão aos mecanismos de representação e desconfiança nas instituições (Castro, 2004). Nesse sentido, com sujeitos, em boa parte, avessos à discussão política é possível presumir que eles, também, não dediquem grande atenção ao noticiário político.

Como o impacto da informação noticiada está atrelado ao interesse do indivíduo e ao prestígio dispensado ao emissor (McCombs e Shaw, 1972), o eleitor brasileiro tende a permanecer indiferente ao que é propagado pelos veículos de comunicação. O baixo interesse pela política faz com que a característica predominante do público brasileiro seja a preferência ao entretenimento em detrimento a informação¹²⁴.

Além disso, outro aspecto peculiar da política brasileira que deve ser considerado é a presença marcante do personalismo. Esse fenômeno surge na esteira da fragilidade dos partidos políticos em conseguir manter laços fortes com os eleitores e orientar a opinião pública. Com isso, o papel que deveria ser exercido pelos partidos é transferido para figuras carismáticas com capacidade de manter relação mais direta com o público.

Como os aspectos pessoais se sobrepõem aos partidos políticos, as características do presidente possuem a capacidade de interferir na forma como o governo é visto. Assim, elas compõem a “parte P” da função popularidade¹²⁵, pois determinam o formato da imagem pública do incumbente repercutindo diretamente na relação que ele terá com os eleitores. O resultado disso é percebido, principalmente, na confiança depositada sobre o governante. Como vimos no capítulo 4, a avaliação da presidente Dilma Rousseff tem grande impacto da confiança que ela transmite para os eleitores.

Das características individuais surge a imagem pública do presidente que emite sugestões aos eleitores sobre a competência do incumbente, sua percepção de justiça e capacidade de perseguir os objetivos defendidos pela população. A imagem pública é aquilo que os

¹²⁴ No entanto, apesar da baixa atenção ao noticiário, os indivíduos têm acesso acidental a informação por meio de suas relações pessoais. No Brasil, tais relações apresentam papel preponderante na difusão de percepções sobre a política (Baker, Ames e Rennó, 2006). Elas surgem como atalhos que auxiliam as análises dos eleitores desatentos permitindo que eles se mantenham informados. Por sua vez, as informações que circulam através das relações pessoais são fomentadas, sobretudo, pela mídia tradicional.

¹²⁵ Consultar o Capítulo 2.

eleitores entendem ser a personalidade do presidente e, que, por sua vez, possibilita especular qual reação o mandatário terá em determinadas circunstâncias. A imagem pública, ao transmitir sugestões sobre como o governo agirá, interfere na expectativa criada pelos eleitores indicando quais serão as prioridades do governo. Por exemplo, aparentar ser honesto, professoral, gestor, preocupado com os mais pobres, etc dá aos eleitores a dimensão sobre quais questões receberão mais atenção¹²⁶.

A imagem pública depende de fatores como a trajetória política, reputação, gênero, idade, religião, profissão e aparência. Essas variáveis são preponderantes para acentuar determinadas características e direcionar a percepção dos eleitores sobre o presidente. Elas ampliam a admiração e induzem os eleitores a concluir quais as áreas terão a preferência do governante. Se o presidente tem trajetória ligada a educação é fácil concluir que essa área será prioritária para o governo. Com base nisso, os eleitores terão maiores expectativas sobre as questões ligadas a educação.

Vale destacar que apenas a admiração dos cidadãos sobre o presidente não gera resultados políticos. A admiração não significa “popularidade”, ela simboliza apenas o reconhecimento de características pessoais do presidente o que não quer dizer que irá gerar apoio irrestrito ao governo (Brody, 1991). Em outras palavras, os eleitores podem nutrir admiração pela presidente Dilma Rousseff, mas não necessariamente irão apoiar as decisões que ela toma. A admiração, geralmente, se origina da simpatia do eleitor as características pessoais do mandatário, enquanto, o suporte é mais profundo.

É preciso que o presidente possua a capacidade de transformar a admiração em elemento político e isso só é conseguido através do carisma e da estratégia de comunicação com o público. O carisma do mandatário é um dos elementos preponderantes para direcionar o formato da imagem pública. Ele surge como a capacidade do mandatário estabelecer vínculos afetivos com os eleitores (Emrich *et al.* 2001). Essa habilidade conecta o eleitor com o presidente e atrela os interesses do primeiro com o segundo.

Assim, presidentes mais carismáticos apresentam chances maiores de serem bem avaliados quando comparados com aqueles menos carismáticos (Bono e Ilies, 2006). Isto provém da

¹²⁶ Vale destacar que o laço criado entre as lideranças e os cidadãos promove o efeito da projeção. Isto é, faz com que os eleitores projetem no líder características que ele de fato não possui e sugere que o presidente terá as mesmas metas suas. Assim, há uma crença descabida de que o presidente defende os objetivos do eleitor.

habilidade de conduzir sugestões emocionais como, por exemplo, esperança, otimismo e demonstrações de empatia que são concorrem para estreitar os laços com o eleitor. Essa ação faz com que se fortaleça a adesão dos cidadãos ao governo e enfraqueça os argumentos de opositores. No entanto, os efeitos serão maiores dependendo da estratégia de comunicação política do incumbente.

Daí vem a importância dos veículos de comunicação para difundir aos eleitores os aspectos significativos a compreensão sobre as ações do governo. Cada veículo será orientado para um público específico com questões bem delimitadas. Assim, o presidente pode, por exemplo, dialogar de uma forma para o público do jornal impresso e de outro modo bem diferente para os espectadores da televisão. No Brasil, conforme a Tabela 1, os veículos mais utilizados pelos eleitores para se informar são: TV (76,5%); Internet (13,8%); Rádio (6,4%); Jornal impresso (2,2%) e Revistas (0,4%).

Tabela 12 – Principal meio de comunicação utilizado para se informar sobre o que acontece no Brasil

Meio de Comunicação	%
TV	76,5
Internet	13,8
Rádio	6,4
Jornal impresso	2,2
Revista impressa	0,4
Conversa com amigos/ conhecidos/ parentes	0,1
Não sabe	0,3
Não respondeu	0,3

Fonte: Pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

No caso da televisão brasileira, a audiência se divide entre novelas e telejornais. Conforme Porto (2007), por meio de tais programas são transmitidos aos cidadãos enquadramentos que sugerem a interpretação de aspectos relevantes do ambiente político. O conteúdo compartilhado através de tais enquadramentos será preponderante para direcionar o comportamento da opinião pública (Porto, 2007).

Assim, indiretamente por meio de programas voltados ao entretenimento, no caso específico as telenovelas, é possível transmitir o entendimento sobre questões prioritárias a

agenda pública. Essa visão tanto pode ser favorável ou contrária ao governo e difíceis de serem apontadas como sendo desenhadas com fins políticos.

Atualmente, os principais telejornais da televisão brasileira são Jornal Nacional e o Jornal da Record. É preciso lembrar que esses telejornais não se dedicam apenas a questões políticas nacionais. As notícias sobre a atuação do presidente dividem espaço com diversas outras informações. Com isso, assistir os telejornais não significa ter acesso a notícias sobre o governo.

No caso da Internet, o acesso ainda está distante de boa parte dos brasileiros. Além disso, aqueles têm acesso, geralmente, buscam entretenimento (redes sociais e sites de compartilhamento de vídeos) do que notícias¹²⁷. No Brasil, em 2014, os sites mais acessados eram: Google; Facebook; YouTube; Universo Online; Globo; Windows Live; Yahoo!; Mercado Livre; Wikipedia e Abril¹²⁸. Para se ter uma ideia, portais de notícias como Folha OnLine (31º) e Estadão (73º) têm menor audiência do que sites como Caixa (26º) e Correios (28º). Diante disso, é perceptível que o acesso à Internet não significa exposição ao noticiário.

No tocante as Rádios, aquelas que aparecem entre as mais ouvidas são as FMs de música popular e as ligadas a religiões, sobretudo, neopentecostais. As rádios jornalísticas de maior audiência (dados referentes à São Paulo) são: Rádio Globo AM (84 mil ouvintes/ minuto); CBN (53 mil ouvintes/ minuto); Rádio Bandeirantes FM (37 mil ouvintes/ minuto); Bandnews (36 mil ouvintes/ minuto) e Rádio Bandeirantes AM (27 mil ouvintes/ minuto)¹²⁹. A audiência dessas cinco principais juntas é menor do que a audiência de rádios como Transcontinental (267 mil ouvintes/ minuto) e Nativa FM (256 mil ouvintes/ minuto).

No Brasil, diariamente são consumidos pouco mais de 4 milhões de jornais impressos. Os jornais de maior circulação no país são Folha de São Paulo (341,5 mil exemplares/dia); O Globo (311,2 mil exemplares/dia) e O Estado de São Paulo (233,8 mil exemplares/dia)¹³⁰. Entre os principais veículos de comunicação os jornais impressos se caracterizam pela baixa capilaridade e perfil da audiência atrelado a fatores como renda e escolaridade. Esse

¹²⁷ Conforme dados da pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

¹²⁸ Fonte: Alexa.com

¹²⁹ Fonte: Ibope – 01/2014.

¹³⁰ Fonte: Instituto Verificador de Circulação – IVC (02/2014).

último é apontado como fator preponderante para definir o acesso ou não a jornais impressos (Mundim, 2010).

Já o perfil do público das revistas segue a mesma tendência dos jornais impressos. O diferencial é a redução maior do número de pessoas interessadas em revistas. Em 2013, a venda avulsa de exemplares encolheu em quase 10%. As revistas de maior tiragem são: Veja (1 milhão de exemplares em média por edição); Época (388 mil de exemplares em média por edição) e IstoÉ (333 mil exemplares em média por edição)¹³¹.

6.3. A mídia e a avaliação do presidente: agenda setting, framing e priming

Para efetivar a campanha permanente, governo e oposição buscam utilizar a mídia para interferir no julgamento da opinião pública acerca do desempenho do presidente. A estratégia é, através do formato da cobertura dispensada as questões políticas, incidir na percepção dos eleitores sobre as ações do governante.

Nesse sentido, a exposição do eleitor ao noticiário é fator chave para a campanha permanente interferir nos critérios utilizados no julgamento sobre o presidente e indicar quais questões são relevantes. Acredita-se que após a exposição as notícias, os cidadãos comecem a refletir sobre as questões políticas (Iyengar *et al.* 1982) e quanto maior a exposição mais fácil é a capacidade de persuadir o eleitor (Iyengar e Kinder, 2010).

Assim, a forma da cobertura midiática e a sua durabilidade concorrem para que os eleitores considerem como relevantes questões que eles desconheciam, como, também será responsável por estimular a percepção sobre quais eventos devem ser considerados no julgamento sobre o desempenho do presidente (Newman e Forcehimes, 2010). Além disso, a partir da exposição os cidadãos incorporam análises e ajustam suas preconcepções acerca da política, economia nacional ou até mesmo sobre a vida do presidente¹³².

¹³¹ Fonte: IVC.

¹³² É importante lembrar que existem diferenças entre os veículos de comunicação. Notícias transmitidas pela TV são mais marcantes do que aquelas apresentadas por jornais impressos (Iyengar, Peters e Kinder, 1982).

Como a cobertura é basicamente sobre as grandes questões nacionais o impacto não será uniforme sobre os eleitores. Parte do público reage com mais veemência aos fatos que estão vinculados ao seu cotidiano, para eles a relevância da notícia está atrelada a manutenção ou mudança no *status quo* (egotrópicos). Já outra parcela dará prioridade às notícias referentes aos interesses nacionais por não acreditar que terceiros possam interferir diretamente sobre o seu bem-estar (sociotrópicos). Por esse motivo, eleitores sociotrópicos acabam sendo mais suscetíveis a alterar a postura conforme o grau de exposição a mídia. Isto porque eles pensam a política através da agenda pública e essa, por sua vez, é impactada pelos noticiários (Behr e Iyengar, 1985). Apesar das diferenças, os dois grupos compartilham da característica de utilizar as informações para justificar a forma como julgam o presidente.

Os relatos da mídia sobre a atuação do governo tornam acessível para os cidadãos padrões de julgamento sobre o presidente (Iyengar e Kinder 1987). Esses padrões ficam disponíveis na memória e aparecem quando são reivindicados critérios para julgar o governo (Miller e Krosnick, 2000). No momento da avaliação, os eleitores selecionam as informações necessárias para dar contornos racionais a sua decisão.

O direcionamento sobre como a avaliação do presidente deve ser feita ocorre através da sinalização de quais assuntos são relevantes (*agenda setting*), do enfoque dado ao assunto na cobertura (*framing*) e sugestões de como ele deve ser analisado (*priming*). Dessa forma, “by calling attention to some matters while ignoring others, television news influences the standards by which governments, presidents, policies, and candidates for public office are judged” (Iyengar e Kinder, pág. 63, 2010).

A influência se dá, sobretudo, devido aos problemas políticos não monopolizarem a atenção dos indivíduos. Apesar dessa “desatenção” quanto a política, eles são constantemente incitados a responder questões de diversos temas. Com isso, no momento de emitir respostas sobre a política, os cidadãos utilizam basicamente o que vem primeiro a mente. Por isso, as informações que os indivíduos acumulam sobre o governo são fundamentais para o julgamento que eles fazem acerca do desempenho.

Assim, os fatos acerca da atuação do governo absorvidos via televisão acabam sendo mais marcantes. No entanto, Patterson e McClure (1976) minimizam o impacto político da cobertura realizada por veículos como a televisão.

Para o grupo de eleitor que utiliza processamento *on-line*, a avaliação decorre com base nos fatos mais marcantes da atualidade, pois apesar deles possuírem opinião estável ela se adequa as mudanças nas circunstâncias e são volúveis ao assédio das novas informações (Page e Shapiro, 1992). Para eles, a imagem do governo é mera resposta daquilo que absorveram por meio do noticiário.

Assim, para essa parcela dos eleitores, os veículos de comunicação ocupam papel central por fornecer a interpretação sobre os fatos políticos, sinalizar quais eventos merecem atenção e quais são irrelevantes. Como o conhecimento político desse grupo é baixo, ela contextualiza os eventos políticos com o cotidiano dos eleitores, ou seja, indica qual o impacto que a ação do governante terá sobre a vida do indivíduo com uma linguagem mais acessível. Essa contextualização possibilita que haja a redefinição da opinião acerca do desempenho do governo (Brody, 1991). Além disso, possibilita a identificação de quais são os líderes políticos e os interesses em conflito.

Para que isso seja efetivado, alguns mecanismos são cruciais como, por exemplo: a localização da matéria no jornal, revistas e portais de internet; o formato da manchete; o espaço dedicado à cobertura na TV, etc. (Brody, 1991). Em jornais e revistas, o tamanho do artigo e a utilização de fotografias dão a dimensão da sua relevância (Cohen, 2008). Enquanto a relevância na televisão é percebida pelo tempo dedicado ao assunto, horário de sua apresentação, utilização de repórteres especiais e efeitos gráficos. Assim, o espaço que é dado a matéria faz com que os indivíduos saibam de antemão que ela é importante (Iyengar e Kinder, 2010).

No entanto, o efeito maior decorre de estratégias para a transmissão da mensagem. Assim *agenda setting*, *framing* e *priming* surgem como meios eficientes de dar força para o que está sendo narrado e conduzir concepções sobre o ambiente político. O primeiro se orienta pela seleção dos temas que serão indicados como prioritários. Por outro lado, *framing* seria um avanço da *agenda setting* (McCombs, 2004) por propor a relevância e identificar soluções. Já o *priming* interfere nos critérios de julgamento e avaliação dos eleitores.

Em resumo, a mídia se arvora do papel de apresentar o que é relevante, construir e impulsionar narrativas para munir os eleitores com informações que permitam a compreensão das variáveis políticas. Dessa forma, “by making some issues more salient in people’s mind (agenda setting), mass media can also shape the considerations that people

take into account when making judgments about political candidates or issues (priming)” (Scheufele *et al.*, pág. 11, 2007).

Agenda setting se baseia em avaliações do tipo *memory-based* para tornar as questões acessíveis ao público. Isto quer dizer que se alia ao conhecimento pré-estabelecido pelo eleitor para ganhar força. Assim, como esse processo depende do volume da cobertura e da capacidade de articular o que está sendo transmitido com o conhecimento do público, ele acaba sendo lento e seus efeitos são de curto-prazo.

O efeito do *agenda-setting* é de ampliar a atenção para algumas questões em detrimento de outras e fazer com que o público acredite que elas questões são realmente relevantes (Iyengar e Kinder, 1987). No entanto, esse processo não é alheio ao mundo real (Neuman, 1990). Em sua maioria, as informações veiculadas provêm de eventos reais e traduzem as circunstâncias do momento (Behr e Iyengar, 1985)¹³³. Elas se originam de problemas que podem ser verificados através de indicadores ou ficam perceptíveis por meio de crises ou eventos.

No caso da economia, os indicadores são utilizados como bússola para identificar as alterações no ambiente. Com isso, variações na taxa do desemprego ou inflação justificam a notícia. Por sua vez, quanto maior a exposição do público ao noticiário econômico maior é a crença de que índices como a inflação e o desemprego são importantes (Behr e Iyengar, 1985). A contínua exposição às notícias positivas sobre a economia altera a projeção sobre o futuro econômico do país, promove a ampliação do otimismo que fortalece a aprovação do governo.

Para Brody (1991) as circunstâncias pessoais do indivíduo têm baixa relevância para a avaliação do presidente, já que o julgamento é dependente da forma como a mídia contextualiza os problemas nacionais. Assim, o suporte ao presidente decorre do modo como os atos presidenciais serão apresentados ao grande público.

O argumento de Brody (1991) superdimensiona a capacidade da mídia direcionar a atenção dos eleitores e alterar suas perspectivas. Contrário a isso, consideramos que eventos

¹³³ Os eventos políticos não são controlados pelo governo e tampouco pela mídia. Porém, no geral, o público não decifra por si só a relevância dos eventos e o que poderá decorrer deles. Com base nisso, governo e mídia se articulam ou duelam para apresentar a interpretação mais adequada a seus interesses. Por sua vez, a interpretação desses eventos concorre para a mudança no julgamento do eleitor.

irrelevantes por mais que sejam bem trabalhados pela mídia não ganham a atenção do público e desaparecem sem gerar consequências políticas.

O critério de relevância tem como requisito básico a capacidade do evento representar ameaça ao bem-estar do indivíduo. Por isso, muitas vezes, notícias sobre acontecimentos distantes do cotidiano do eleitor passam despercebidas. Assim, é possível apontar a existência de uma relação entre a atenção aos fatos políticos ou econômicos e a ansiedade que eles podem provocar.

As questões políticas vinculadas a ansiedade apresentam mais probabilidade de serem superestimadas pelos eleitores. Elas conseguem obter mais espaço no debate público e impacto maior sobre a atenção (Valentino *et al.* 2008; 2009). Conforme Popkin “peoples anxious about the future are more oriented toward social programs and government action, while voters with a rosier vies see less need for government programs and support a more limited role for government” (Popkin, 1992, pág. 33).

A inflação e o desemprego estão entre os fatores que mais provocam a ansiedade no eleitor. Por esse motivo, o noticiário econômico ganha relevância para a população. Se a economia vai mal os eleitores redobram sua atenção na expectativa de identificar as próximas ações dos agentes do governo e quais medidas serão tomadas pelo presidente. Por outro lado, a ausência de ansiedade diminui o alerta sobre os acontecimentos políticos. Nesse caso, aqueles que, por exemplo, destemem o desemprego não são abalados por notícias sobre a redução dos postos de trabalho.

Dessa forma, em muitos casos, os eleitores não necessariamente compartilharão da visão da mídia sobre as questões políticas e econômicas. Eles podem ser submetidos a notícias diárias sobre o controle da inflação e mesmo assim acreditar que ela está descontrolada (Alt, 1979). Além disso, há certa dificuldade em criar apelos emotivos vinculados à inflação, já que pequenas variações não produzem impactos significativos no cotidiano de boa parte dos eleitores.

O interesse sobre a inflação varia conforme a cobertura dos noticiários televisivos considerando não apenas a cobertura atual, como, também, as anteriores (Conover *et al.* 1986). Já a análise sobre o desemprego depende mais do noticiário local do que do nacional. Diferente da inflação, a compreensão sobre o desemprego não varia conforme a exposição ao noticiário televisivo (Behr e Iyengar, 1985). Esse aprendizado vem das

relações interpessoais estabelecidas que vai influenciar diretamente a forma como a informação será digerida. Porém, vale dizer que as relações pessoais são importantes para fazer com que as pessoas tenham acesso a informação mesmo sem exposição direta aos veículos de comunicação (McCombs e Shaw, 1972).

Esses fatores fazem com que nem todas as variáveis econômicas tenham impacto sobre o comportamento do eleitor. Notícias sobre desemprego, por exemplo, têm mais repercussão e mais possibilidade de serem memorizadas. Isso porque apelos afetivos são mais fáceis de serem trabalhados quando o foco é o desemprego. Os indivíduos se sensibilizam com histórias de pessoas que perderam o emprego e ficam em alerta com a redução dos postos de trabalho noticiadas pela imprensa, sobretudo, quando isso é retratado pela televisão. No entanto, para alguns, o desemprego pode ser entendido como algo isolado, restrito apenas a alguns grupos. Nesses casos, a imagem de fábricas fechando transmitidas pela televisão podem chocar, mas serem posteriormente relativizadas.

Apesar do noticiário não ser deslocado do mundo real, as informações são selecionadas (*agenda-setting*) e enquadradas (*framing*) para transmitir certa relevância e indicar para o público um único viés interpretativo dos fatos narrados. Assim, no caso do desemprego ele pode, por exemplo, ser comprovado por meio de indicadores, mas a sua magnitude e causas são apontadas como parte da notícia. Esse direcionamento é dado pelo *framing*.

No meio do conjunto de questões apresentadas diariamente para os cidadãos, *framings* são utilizados para destacar a relevância e indicar para onde a atenção deve ser dirigida. A informação colabora para que os indivíduos identifiquem e compreendam os problemas que cercam as suas vidas e detectem novas questões. Os indivíduos não possuem argumentos sólidos sobre a maioria dos temas que afeta a sua vida, em alguns casos, não demonstram qualquer posicionamento específico. Nesse cenário, as opiniões são formadas de forma apressada e sem detalhes.

O posicionamento dos eleitores sobre as questões públicas sofre influência da forma que elas serão apresentadas para eles (Sniderman e Theriault, 2004). Com base nisso, as lideranças políticas travam uma disputa – efetivada por meio da campanha permanente – para difundir o seu enquadramento para os eleitores. No caso da campanha permanente sobre o suporte público, a disputa para criar *framing effect* – isto é, mudanças na

apresentação do problema para alterar a percepção da opinião pública – tem como foco influenciar o julgamento dos eleitores sobre a atuação do presidente.

As questões podem ser compreendidas de diversas formas, por isso elas são enquadradas para sugerir uma única interpretação. O processo de *framing* visa direcionar a leitura dos fatos apresentando a sua relevância e impacto agindo, sobretudo, através de metáforas políticas. Tais metáforas facilitam a compreensão do processo político para o público que tem baixo conhecimento político. Elas ativam os esquemas interpretativos cumprindo o papel de contextualizar os fatos narrados com a experiência pessoal do indivíduo para ampliar o suporte ou oposição a políticas (Lau e Schlesinger, 2005). Com isso, a imagem do governo é fortalecida e influenciada por essas metáforas políticas acerca da sua atuação.

Em resumo, *framing* é a tarefa de organizar a notícia para que ela se alinhe as predisposições do espectador e isso é feito tendo como objetivo influenciar a interpretação do público¹³⁴. Dessa forma, “the concept of framing refers to subtle alterations in the statement or presentation of judgment and choice problems” (Iyengar, 1994, pág. 11.). *Frame* se refere a narrativas expressas por meio de imagens, palavras, sons e estilos de comunicação utilizados para transmitir uma informação. Ele visa obter a atenção, compreensão e ampliar a propagação da mensagem. Porém, para que a mensagem seja compreendida é necessário primeiro que se obtenha a atenção dos indivíduos. Por esse motivo, *framings effects* não dependem apenas da forma como os fatos serão relatados.

O objetivo do *framing* é fazer com que os indivíduos pensem sobre uma determinada questão, enquanto, *priming* tem como foco redefinir como os indivíduos pensam a questão. Dessa forma, *framing* é sobre coordenar ideias para dar sentido único a mensagem a partir do redimensionamento dos aspectos de uma questão. Ele tem como objetivo indicar para os espectadores como o problema deve ser pensado e qual ação deve ser tomada (Nelson e Kinder, 1996).

Esse artifício é bastante utilizado pelos veículos de comunicação para tornar aspectos mais relevantes e incutir concepções sobre questões, eventos ou o desempenho de atores políticos (Shah *et al.* 2002). Assim, entre as múltiplas características que envolvem o foco da notícia algumas são ampliadas para reforçar aspectos negativos ou positivos. Os jornalistas dramatizam os eventos econômicos, sobrevalorizam acontecimentos negativos e

¹³⁴ Por isso, o *framing* depõe sobre aquilo que o emissor considera como relevante.

utilizam especialistas para transmitir credibilidade em posicionamentos já pré-definidos (Nadeau *et al.* 1999).

Já o governo utiliza *framings* para selecionar áreas específicas e apresentá-las como centrais para o cidadão. Com isso, na campanha permanente, o *framing* possibilita que as prioridades divulgadas pelo governo sejam percebidas pelos cidadãos como relevantes. Dessa forma, quando o eleitor não conhece quais são as atribuições do governo e o que esperar dele acaba sendo refém de *framings*.

Já o *priming* se centra na ideia de que os critérios utilizados na avaliação que os eleitores fazem do governo não são estáticos e, portanto, podem ser alterados conforme a conveniência das elites, mídia, oposição ou do presidente. Cada grupo irá emitir sugestões sobre como o governo deve ser julgado e se inicia uma batalha para lançar prioridade sobre determinados aspectos e afastar a influência de outros fatores. Conforme Krosnick e Kinder (pág. 509, 1990), “*priming* provides an empirically grounded, psychologically plausible account of how individuals form and revise their views of presidential performance”. Assim, o *priming* se efetiva quando a avaliação do público varia conforme as circunstâncias destacadas por terceiros, sobretudo, a mídia. A partir de um estímulo os sujeitos reorganizam a sua concepção sobre eventos mudando o comportamento.

Como já dito, os veículos de comunicação selecionam questões, salientam problemas e com isso passam a exercer grande papel no direcionamento do debate político. Porém, o efeito maior sobre a avaliação do presidente decorre da utilização de *primings*, isto é, a capacidade de reverter os critérios utilizados na avaliação (Iyengar e Kinder, 2010).

Cada eleitor possui conjunto de critérios definidos para avaliar o desempenho do governo e as informações que eles absorvem vem para preencher essa necessidade. Por isso, a atenção dos indivíduos não é uniforme, enquanto, uma questão é priorizada por uns, ela pode ser invisível para outros. A capacidade de processamento de informação é limitada restringindo a atenção para apenas fenômenos considerados prioritários e “in the case of *priming*, news media attention to an issue presumably causes a change in a mediating variable in the minds of citizens, which in turn produces a change in the weight they attach to the issue when evaluating presidential job performance” (Miller e Krosnick, pág. 301, 2000).

Porém, a força desse estímulo é limitada pelas preconcepções individuais. Isso porque *priming* decorre de avaliações do tipo *memory-based* articulando a memória do eleitor com sugestões do presente para redefinir a percepção política. Assim, para ter efeito sobre o julgamento do governo é preciso romper com critérios estabelecidos pelo eleitor. A avaliação *memory-based* criará uma série de obstáculos ao *priming* fazendo que o seu efeito dependa de fatores como a confiança (Miller e Krosnick, 2000); exposição, conhecimento político e experiências pessoais (Krosnick e Brannon, 1993).

Eleitores que confiam no emissor são mais propensos ao *agenda setting* e se mostram dispostos a ajustar os critérios de análise da política a partir do estímulo recebido por meio do noticiário (Iyengar e Kinder, 1985; Miller e Krosnick, 2000). A baixa confiança no emissor diminui a crença na veracidade ou relevância daquilo que ele está transmitindo reduzindo o *priming effect*.

No geral, os eleitores não fazem distinção entre os veículos de comunicação quanto a confiança nas informações transmitidas. Como demonstra a Tabela 13, há correlação na confiança que o público deposita nas notícias propagadas pelos meios de comunicação. Isto é, quem confia em um veículo de comunicação confia nos demais veículos. Por sua vez, quando há desconfiança ela não se restringe à apenas um veículo.

Tabela 13 - Coeficiente de correlação de Pearson entre confiança nos veículos de comunicação

	TV	Rádio	Jornais	Revistas	Sites	Blogs	Redes Sociais
TV	1						
Rádio	0,692**	1					
Jornais	0,620**	0,610**	1				
Revistas	0,519**	0,512**	0,558**	1			
Sites	0,423**	0,422**	0,433**	0,457**	1		
Blogs	0,352**	0,366**	0,364**	0,403**	0,675**	1	
Redes Sociais	0,360**	0,355**	0,334**	0,436**	0,648**	0,707**	1

** A correlação é significativa no nível 0,01.

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

Porém, quando se divide os espectadores entre aqueles que aprovam ou desaprovam o governo, percebe-se que a confiança nos veículos de comunicação não é distribuída homogeneamente entre os grupos. Os cidadãos que aprovam a presidente Dilma Rousseff

tendem a confiar mais nas notícias transmitidas pela mídia, enquanto, aqueles que desaprovam são mais desconfiados. Na **Tabela 14**, quanto mais a média for próxima de 4 maior será a confiança e quanto mais próxima de 1 maior será a desconfiança no meio de comunicação¹³⁵.

Assim, o maior nível de confiança dos dois grupos está nos veículos mais tradicionais como TV, rádio e jornal impresso. Por outro lado, os *blogs* apresentam o maior nível de desconfiança tanto para quem aprova quanto para quem reprova o governo. Isso demonstra que apesar da queda no consumo de notícias dos veículos tradicionais, eles ainda são de suma relevância para a opinião pública.

Entretanto, o que chama mais atenção na **Tabela 14** é a assimetria na confiança existente entre os que aprovam e reprovam o governo. Em todos os meios de comunicação, a confiança dos apoiadores é superior à apresentada pelos não apoiadores da presidente. Dessa forma, a probabilidade de quem aprova a presidente vir a ser persuadido pelo que é noticiado acaba sendo maior. A expectativa positiva atrelada a confiança na imprensa indica que os eleitores que aprovam a presidente estão consumindo notícias favoráveis ao governo. Assim, se a confiança na mídia promove algum efeito ele está na ampliação da aprovação do governo.

¹³⁵ O Anexo 2 apresenta os testes-t.

Tabela 14 - Estatísticas descritivas confiança nos veículos de comunicação por avaliação do governo

			N	Média	Desvio padrão	Erro padrão da média
Confiança nas notícias da TV	Avaliação	Ótimo/ bom	5575	2,75	0,868	0,012
		Ruim/ péssimo	3907	2,44	0,921	0,015
Confiança nas notícias de rádio	Avaliação	Ótimo/ bom	3577	2,76	0,865	0,014
		Ruim/ péssimo	2335	2,44	0,899	0,019
Confiança nas notícias de jornais impressos	Avaliação	Ótimo/ bom	1323	2,79	0,828	0,023
		Ruim/ péssimo	1098	2,57	0,910	0,027
Confiança nas notícias de revistas	Avaliação	Ótimo/ bom	768	2,55	0,830	0,030
		Ruim/ péssimo	673	2,35	0,856	0,033
Confiança nas notícias de sites	Avaliação	Ótimo/ bom	2215	2,32	0,808	0,017
		Ruim/ péssimo	2244	2,10	0,798	0,017
Confiança nas notícias de blogs	Avaliação	Ótimo/ bom	2173	2,18	0,778	0,017
		Ruim/ péssimo	2206	1,99	0,782	0,017
Confiança nas notícias das redes sociais	Avaliação	Ótimo/ bom	2207	2,21	0,808	0,017
		Ruim/ péssimo	2238	2,03	0,806	0,017

Nota: Eleitores que não sabem ou não responderam foram descartados

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

Como dito, a confiança importa, pois é dela que surge a abertura para que haja persuasão e mobilização dos cidadãos sobre as questões políticas¹³⁶. Já a capacidade de persuasão e mobilização se ampliam quando os indivíduos conseguem compreender os fatos narrados sem rejeitar as sugestões apresentadas.

Dessa forma, o impacto da mídia é maior quando ela ativa predisposições da audiência e conjuga sua agenda com o interesse do público (Erbring *et al.*, 1980). A concordância com o que está sendo narrado depende muito do indivíduo compartilhar da mesma concepção sobre um evento. Por exemplo, a exposição às notícias como as questões ambientais ou problemas na saúde pública terão mais atenção daqueles que previamente as percebem como prioritárias que, além disso, apresentam certas concepções sobre a situação atual e quais mudanças são necessárias para essas áreas que dominam o seu interesse.

A expectativa sobre o desempenho do governo, também, influencia a recepção das informações. Eleitores que vislumbram fraco desempenho do presidente aguardam receber

¹³⁶ Como demonstrado no capítulo 3, a confiança é um dos fatores que apresenta mais impacto sobre a avaliação da presidente Dilma Rousseff.

notícias negativas sobre o governo (Brody, 1991). Porém, quando isso não ocorre em vez de refazer o prognóstico, eles passam a descartar os apontamentos contrários. Nesse caso, devido relação não amistosa com o governo e a baixa confiança nos veículos de comunicação, esses eleitores, geralmente, entendem que as notícias referentes ao governo não exprimem a realidade, ou seja, os eventos são muito mais negativos do que está sendo noticiado. O efeito disso é a migração para veículos mais alinhados a predisposição ou, em casos mais drásticos, se presencia a negação dos meios de comunicação.

Por outro lado, quando a expectativa sobre o país é positiva há maior chance de se aprovar o governo e uma menor necessidade de se manter informado. Esses fatores juntos fazem com que os eleitores que reprovam o governo mantenham maior média diária de exposição aos meios de comunicação quando comparados aos que apoiam a presidente (**Tabela 15**)¹³⁷. A maior diferença na exposição desses dois públicos está na Internet. Os eleitores que reprovam a presidente e acessam à Internet estão diariamente, em média, 46,5 minutos mais expostos a esse meio de comunicação quando comparados aqueles que, também, têm acesso mas aprovam a incumbente¹³⁸. Vale destacar que a Internet é o meio que mais favorece a filtragem de informações e, conseqüentemente, a dispersão do debate público (Valentino *et al.* 2008).

Assim, apenas a simples exposição não é capaz de interferir na postura do público, a “exposure to information does not assure that the information will affect the recipient's subsequent political behavior” (Mondak, 1995, pág. 83). Para que a maior exposição resulte em uma construção homogênea da imagem do governo é necessário primeiro utilizar *sugestões*¹³⁹ para obter a atenção do público sobre aspectos que sejam relevantes.

¹³⁷ Consultar Anexo 4.

¹³⁸ Considerando apenas aqueles que têm internet em casa.

¹³⁹ Ver Capítulo 3.

Tabela 15 - Estatísticas de grupo exposição à mídia por avaliação do governo

			N	Média	Desvio padrão	Erro padrão da média
Exposição TV (min/ dia)	Avaliação	Aprova	5463	201,49	156,698	2,120
		Reprova	3780	227,71	191,894	3,121
Exposição rádio (min/ dia)	Avaliação	Aprova	3449	183,79	186,214	3,171
		Reprova	2218	199,78	272,008	5,776
Exposição jornais (min/ dia)	Avaliação	Aprova	1271	68,88	115,104	3,229
		Reprova	1042	68,32	121,694	3,770
Exposição revistas (min/ dia)	Avaliação	Aprova	715	68,53	74,045	2,769
		Reprova	635	70,41	89,610	3,557
Exposição internet (min/ dia)	Avaliação	Aprova	2374	155,13	195,105	4,004
		Reprova	2321	201,61	231,809	4,812

Nota: Considera-se apenas aqueles que têm acesso aos respectivos veículos de comunicação

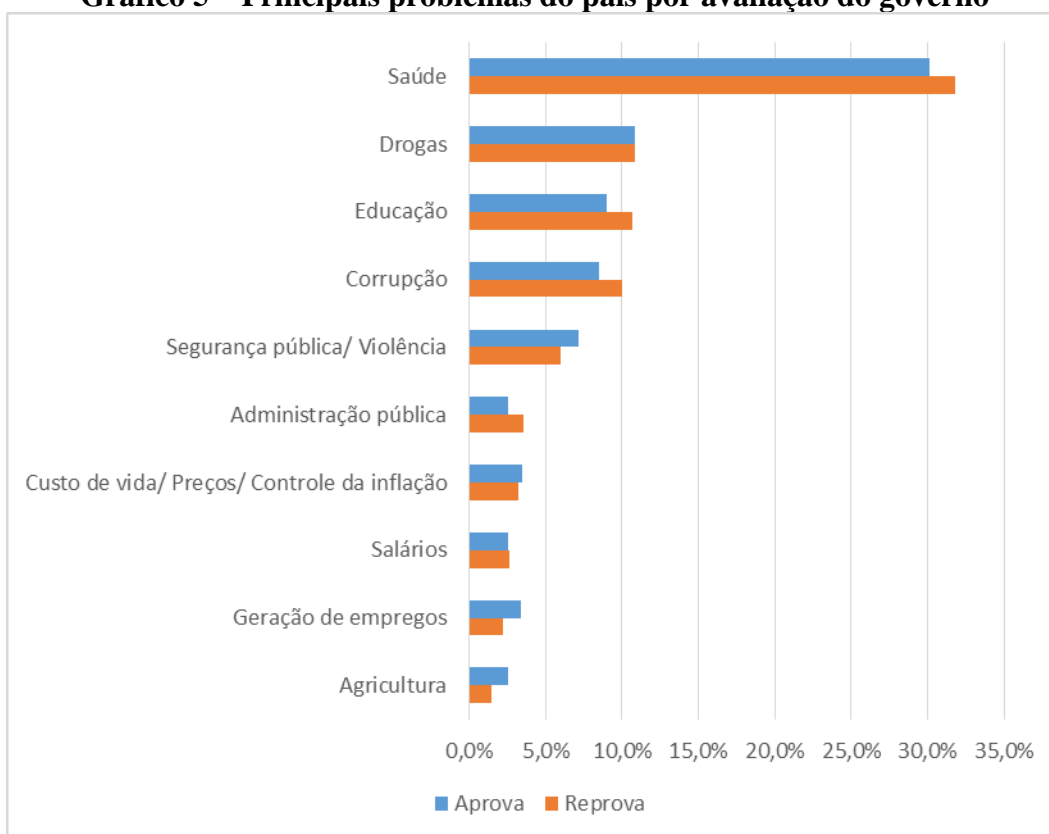
Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

O processo de definição da imagem do governo depende diretamente da atenção do eleitor sobre as informações políticas¹⁴⁰. Por sua vez, a atenção do público varia conforme a quantidade e qualidade da cobertura da mídia (Brody, 1991). É a quantidade e a qualidade que faz com que o interesse dos cidadãos pelas questões nacionais seja reconfigurado. Vale lembrar que a exposição ao noticiário pode deixar o público mais preocupado com as questões nacionais, porém dificilmente a preocupação do público implicará em uma maior cobertura da mídia (Behr e Iyengar, 1985).

No tocante aos problemas nacionais, é natural que o grupo que reprova o governo seja mais crítico e veja com mais frequência erros do que acertos. Porém, esse tom mais ácido não se reflete em uma visão totalmente oposta a daqueles que aprovam o governo. Nem a diferença de exposição à mídia entre os dois grupos faz com que se tenha distinção na identificação dos problemas nacionais. Os opositoristas só não serão mais rígidos nas questões referentes à economia.

¹⁴⁰ Os efeitos da atenção do público não ficam restritos apenas a avaliação do presidente, eles podem ser sentidos ainda na democracia como, por exemplo, o formato da cobertura pode ser responsabilizado pela criação de um público apático (Iyengar, 1994).

Gráfico 5 – Principais problemas do país por avaliação do governo



Fonte: Pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013

Na percepção de quase 1/3 dos brasileiros, a saúde é o principal problema do país. Bem abaixo vem itens como drogas, educação, corrupção e segurança. Conforme o Gráfico 5, esse posicionamento se mantém praticamente uniforme quando dividimos o público pela opinião sobre o desempenho do governo.

Em qualquer ocasião, geralmente, os principais problemas apontados pelos eleitores que os prefeitos, governadores e presidente devem combater estão vinculados à saúde, educação e segurança (SES). Invariavelmente, os sujeitos sustentam que esses três tópicos devem ser o principal alvo da administração pública e que os governantes devem ser julgados pela capacidade de respondê-los. No caso específico da saúde, ela é apontada como área de maior relevância para 87% dos brasileiros. Além disso, 57% dos cidadãos entendem que esse tópico deve ser a priorizado pelo governo federal¹⁴¹. Essa mesma pesquisa apontou que 93% da população brasileira está insatisfeita com os serviços público e privado de saúde do país.

¹⁴¹ Fonte: Datafolha – Conselho Federal de Medicina.

Mas o que explica o conjunto SES está sempre presente no discurso da opinião pública brasileira? Como vimos as questões políticas ganham relevância pelo impacto que possuem no cotidiano dos indivíduos. Esse impacto gera ansiedade que permite maior atenção e o acúmulo de informações relacionadas a temática.

Assim, a “naturalização” de que governantes devem ser julgados pela capacidade de agir para reverter as falhas na SES tem como base a experiência dos cidadãos com essas questões e a capacidade delas modificar o cotidiano desses sujeitos. Por esse motivo, a identificação sobre quais são os principais problemas nacionais tem baixa relação com a exposição a mídia.

Não é a exposição aos veículos de comunicação que define quais tópicos são relevantes. Isso se deve ao fato dos eleitores, por meio de suas experiências, perceberem a relevância da SES e a partir disso direcionar o processo de obtenção de informações. Dessa forma, por exemplo, não é a exposição a programas policiais que instala clima de insegurança na população e sim a experiência que esses sujeitos adquirem no seu cotidiano. De acordo com a **Tabela 16**, no caso específico da saúde, aqueles que a veem como principal problema do país estão justamente entre o público com mais baixa exposição a mídia¹⁴².

Tabela 16 - Estatísticas de grupo exposição por percepção sobre o principal problema do país (saúde)

			N	Média	Desvio padrão	Erro padrão da média
Exposição TV (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	11647	210,23	173,036	1,603
		Saúde	5389	208,16	162,811	2,218
Exposição rádio (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	7063	185,80	187,149	2,227
		Saúde	3330	190,27	238,714	4,137
Exposição jornais (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	3056	69,43	113,252	2,049
		Saúde	1241	55,25	70,462	2,001
Exposição revistas (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	1716	69,86	88,190	2,129
		Saúde	708	57,46	67,429	2,534
Exposição internet (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	5712	225,96	220,421	2,916
		Saúde	2449	204,12	201,683	4,075

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

¹⁴² As médias são significativas apenas para exposição a jornais, revistas e internet. Os dados podem ser consultados no Anexo 5.

Essa frágil relação da exposição à mídia com a detecção dos problemas nacionais é sintoma de que o contexto em que os sujeitos se encontram e suas experiências prevalecem sobre outros estímulos que buscam orientar a leitura acerca das questões políticas. Dessa forma, a identificação dos problemas nacionais é muito mais reflexo de fatores como, por exemplo, as relações interpessoais e experiências subjetivas.

Nesse cenário, a mídia apresenta maior impacto quando atua para reforçar as predisposições, ou seja, fortalecer a imagem que os eleitores possuem sobre os problemas políticos. Essa dificuldade em alterar a percepção dos indivíduos se deve as barreiras impostas pelo conhecimento que eles acumularam ao longo do tempo.

Por esses motivos, é possível indicar que o julgamento do desempenho do governante é muito mais direcionado pela forma como as informações são processadas e não pela exposição ou ausência de notícias. Isso porque mesmo que haja acesso a informação as preconcepções individuais terão o papel de limitar ou ampliar o impacto das notícias sobre o espectador. Assim, o prévio conhecimento individual estabelece quais temas são relevantes e como eles devem ser interpretados.

Vale destacar que as disparidades no nível de conhecimento criam distinção na percepção sobre as questões, isto é, a relevância dos problemas públicos não é mesma pela incapacidade dos sujeitos compreender e participar do debate. Isso faz com que, por exemplo, questões técnicas sobre o governo sejam colocadas de lado, enquanto, as questões triviais acabem ficando mais tempo em discussão.

Assim, em uma adaptação da lei da trivialidade de Parkinson, é possível dizer que os indivíduos manterão foco maior sobre as questões que eles possuem conhecimento. Por isso, questões triviais sobre o governo são mais presentes no *top of head* dos eleitores. Dessa forma, quanto maior o interesse por questões triviais mais disperso será o indivíduo e menor será o seu engajamento político (Prior, 2007)¹⁴³.

Entre essas questões se encontram fatos sobre a vida do presidente ou de membros do governo, escândalos e denúncias, entre outros assuntos que sustentam a opinião sobre o desempenho do presidente. Por esse motivo, os temas mais lembrados sobre o governo

¹⁴³ Esse interesse por questões triviais do público é perceptível quando se analisa os programas de maior audiência da televisão brasileira.

federal, geralmente, não estão relacionados a políticas que estão sendo executadas. A **Tabela 17** apresenta as notícias ou assuntos sobre o governo federal mais lembrados pela população.

Tabela 17 – Assuntos ou notícias mais lembradas sobre o Governo Federal (12/2013)

Assuntos/ Notícias	%
Prisão dos condenados pelo Mensalão	17
Reabertura do julgamento dos réus do Mensalão	5
Presidente em primeiro lugar nas pesquisas	1
José Dirceu conseguiu emprego em rede hoteleira	1
Desaceleração da economia/ Recuo do PIB	1
Aumento do combustível	1
Notícias sobre a nova lei da aposentadoria	1
Sobre arrecadação de impostos	1
Outros	6
Nenhuma	42
NS/ NR	24

Fonte: Ibope 01/2014

Assim, é preciso compreender que grande parcela mantém o discurso sobre o governo com base em questões triviais, enquanto, outra parcela não recorda de assuntos relacionados ao governo (42%). Essa característica é mais comum entre os eleitores que apresentam baixos níveis de escolaridade e que são justamente aqueles mais expostos a televisão. Esse tipo de eleitor, geralmente, é compromissado com a disseminação de boatos e tem essa prática como meio valioso de troca de informações e experiências.

Como o nível crítico é baixo, eles aceitam de forma mais fácil notícias com potencial para provocar assombro e se propagar. Como, por exemplo, em maio de 2013, boato de que o governo federal iria cancelar o Programa Bolsa Família provocou pânico e conduziu milhares de pessoas às agências bancárias para retirar o benefício antes que as contas fossem encerradas. Esse episódio do boato sobre o fim do Bolsa Família demonstra o poder das relações sociais para estabelecer interpretações sobre as ações desenvolvidas pelo governo. Para grande parcela do público são essas relações e não a mídia que conclui a análise política.

As pessoas têm acesso a informação sobre questões triviais por meio não intencional, geralmente, através do círculo de amizade ou parentes. Como a confiança na mídia é baixa as notícias que ela propaga são constantemente checadas pelos indivíduos com os seus pares. Nesse sentido, eles recebem informações sobre as ações do presidente e verificam a credibilidade com outros que apesar de não serem especialistas no assunto e não possuem informações detalhadas sobre a estrutura do governo, compartilham das mesmas expectativas que as suas. Por isso, questões do cotidiano não variam conforme a exposição à mídia. Na Tabela 18, percebe-se que o tempo gasto com a TV e Internet daqueles que percebem o custo de vida, preços e controle da inflação como sendo o principal problema nacional é menor do que o tempo daqueles que apontaram outros problemas¹⁴⁴.

Tabela 18 - Estatísticas de grupo exposição por percepção sobre o principal problema do país (custo de vida/ preços/ controle da inflação)

			N	Média	Desvio padrão	Erro padrão da média
Exposição TV (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	16480	209,86	170,254	1,326
		Custo de vida/ Preços/ controle da inflação	556	201,18	157,828	6,695
Exposição rádio (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	10044	187,05	206,108	2,057
		Custo de vida/ Preços/ controle da inflação	349	192,32	173,244	9,278
Exposição jornais (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	4190	65,44	102,535	1,584
		Custo de vida/ Preços/ controle da inflação	107	60,93	118,048	11,424
Exposição revistas (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	2368	66,60	83,641	1,719
		Custo de vida/ Preços/ controle da inflação	56	50,98	32,267	4,318
Exposição internet (min/ dia)	Principal problema do país	Outros	7951	219,88	215,790	2,420
		Custo de vida/ Preços/ controle da inflação	210	201,64	190,766	13,160

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

Assim, enquanto as questões triviais se nutrem das relações pessoais entre indivíduos que aparentam ter as mesmas expectativas, as questões técnicas sobrevivem a partir da interlocução feita por especialistas que ganham voz, sobretudo, através dos meios de comunicação. Os especialistas são importantes no processo de formação de opinião sobre o governo, já que a leitura deles sobre aspectos da economia ou política interfere nas

¹⁴⁴ Conforme o Anexo 6, as variáveis exposição à rádio, jornal e revista não são significantes.

expectativas criadas pelo eleitor comum (Nadeau *et al.* 1999). Quando a questão é técnica o eleitorado dá mais credibilidade para as análises tecidas por profissionais (Mackuen *et al.* 1992). Com isso, esses profissionais apesar de possuírem propósitos distintos do grande público apresentam a capacidade de influir sobre as avaliações feitas pelos demais.

Zaller (1992) entende que há certa dependência da mídia com relação aos especialistas. Para ele, “the press undertakes, in general, to cover the news from all legitimate point of view, where legitimacy is determined by what mainstream experts take seriously” (Zaller, pág. 319, 1992). Mas vale lembrar que, geralmente, os especialistas são selecionados para justificar posicionamentos, muitas vezes, pré-estabelecidos pelo próprio veículo de comunicação.

Assim, é preciso compreender que os especialistas representam as elites e é por meio deles que a compreensão desse grupo acerca dos fatos políticos e econômicos se difunde¹⁴⁵. Por sua vez, a mídia legítima e corrobora com o discurso que eles transmitem. Isso ocorre, pois os representantes selecionados são, geralmente, tratados como autoridade no assunto abordado, enquanto, aqueles com visão contrária e que não foram escolhidos passam a ter menos crédito perante ao público.

Como já dito, além do conhecimento político, a ideologia, a identificação partidária e o foco da avaliação influenciam na forma como os indivíduos recebem as notícias. Esses fatores atuam como filtro que orienta quais notícias são relevantes e quais temas são prioritários.

Por esse motivo, no pequeno grupo que mantém identificação partidária é comum que exista compreensão compartilhada sobre quais veículos de comunicação são favoráveis ao governo ou fazem oposição¹⁴⁶. Além disso, é preciso lembrar que partidários do presidente são mais propensos a descartar notícias desfavoráveis ao governo até mesmo quando essas vêm embaladas por indicadores. Dessa forma, não é a simples veiculação de um fato que altera o posicionamento do eleitor, por exemplo, o crescimento do desemprego pode ser

¹⁴⁵ No entanto, isso não impede que, em alguns casos, a opinião dos especialistas seja desvirtuada por jornalistas. A ideologia dos jornalistas afeta o formato da cobertura e promove interpretação errônea da visão de especialistas (Rothman e Lichter, 1987; Nadeau *et al.* 1999).

¹⁴⁶ Boa parte da população não tem pleno conhecimento sobre os partidos e muitos não têm qualquer identificação partidária. A pequena parcela com identificação partidária possui roteiro de avaliação com pontos destacados a serem observados. Se a identificação for com partidos da esquerda, as informações sobre as questões sociais terão mais relevância.

interpretado pelos apoiadores do presidente como determinado por fatores externos ou que antecedem o governo (Iyengar e Kinder, 2010). Para eles, a situação está ruim, mas poderia ser bem pior se não fosse a intervenção do presidente.

Assim, a probabilidade de que indivíduos partidários do presidente passem para a oposição é bastante remota – o que contraria a tese de Brody (1991) que os eleitores elaboram a avaliação sobre o governo concomitante a exposição aos fatos narrados pela mídia. Por sua vez, os opositores apesar de serem confrontados com fatos positivos passam a relativizá-los e respondem basicamente que o presidente poderia ter feito mais pelo país.

Opositores e partidários se diferenciarão ainda pelo volume de informação consumida, pois aqueles que antipatizam o governante sentirão mais a necessidade de se manterem informados sobre os rumos do país (**Tabela 15**). Considerando apenas esse critério, os opositoristas seriam mais propensos a manter posicionamento balizado pela mídia, já que dedicam mais atenção ao noticiário e absorvem com mais facilidade os argumentos lançados contra o presidente. Enquanto aqueles que entendem que o país está indo bem por identificar melhora na qualidade de vida não alteram essa percepção apenas pelas simples sugestões midiáticas. Porém, como a confiança dos opositores no noticiário é mais baixa do que a confiança dos situacionistas isso não acontece de forma tão literal.

O foco da avaliação é outro critério que direciona a recepção das notícias. Isso porque eleitores movidos pelo auto-interesse (*pocketbook*) são mais propensos a descartarem análises que contrariam a leitura que eles elaboram sobre o seu cotidiano e sobre os acontecimentos políticos, como, também, dão pouca importância para as questões nacionais que no geral são o foco principal da mídia. Já os sociotrópicos priorizam o debate em torno de temas nacionais reservando espaço valioso aos veículos de comunicação na definição sobre como as questões devem ser interpretadas.

Por esses motivos, as experiências pessoais são relevantes para determinar tanto a crença no emissor quanto as predisposições individuais. Elas criam um conjunto de prioridades e preferências individuais que interferem diretamente sobre o *priming effect*. A interferência se deve ao fato de, muitas vezes, premissas e expectativas individuais sobre a política se sobreporem as sugestões passadas por terceiros.

Além disso, as experiências pessoais servem para verificar a credibilidade da informação e constatar sua relevância. Essas mesmas experiências, mais tarde, fazem com que a atenção

para as questões políticas não seja homogênea, pois ela promove a prevalência de determinados assuntos enquanto outros são ignorados. Por esse motivo, apesar das preferências serem mutáveis, o *priming*, em um primeiro momento, não terá o mesmo efeito sobre todas as questões e indivíduos.

Por último, outros fatores que diminuem o *priming effect* são a baixa exposição à mídia e a dispersão quanto a atenção aos veículos de comunicação (Mondak, 1995). É preciso lembrar que parte dos eleitores é totalmente avessa à discussão política e não dedica qualquer atenção ao noticiário sobre o governo. Eles permanecem indiferentes ao que é propagado pela mídia sem esboçar reação.

No Brasil, a dispersão da audiência da TV é um fenômeno recente que está ligado, sobretudo, a ampliação do número de fontes de informação, principalmente após o acentuado crescimento da Internet e das TVs por assinatura. Esse crescimento tem acirrado a concorrência entre os veículos e diminuído a influência da mídia tradicional sobre a opinião pública.

Uma das consequências desse processo tem sido a intensificação da prática da exposição seletiva. Com número maior de canais de comunicação, a atenção do cidadão pode se concentrar apenas em veículos alinhados a suas predisposições, ou seja, se o eleitor não concorda com o que é noticiado ele simplesmente pode optar por outras fontes. Além disso, esse aumento tem facilitado com que parte dos eleitores direcione a atenção para alguns tópicos específicos (Galston, 2003), como, por exemplo segurança pública. Enquanto outros têm utilizado disso para ampliar sua aversão a política ou simplesmente se manterem desinformados (Baum e Kernell, 1999; Prior, 2005, 2007).

Como já dito, existe custo elevado para se informar e esse não é distribuído uniformemente entre os indivíduos. Devido a esse custo, a atenção do público sobre eventos políticos é limitada e varia conforme análise de custo-benefício (Lupia e McCubbins, 1998). Assim, quanto maior for a chance do evento alterar o *status quo* mais atenção ele receberá.

Os eventos que estão distantes do dia-a-dia, conseqüentemente, tem custo informacional mais elevado sendo, muitas vezes, desnecessário para o eleitor bancá-lo. Assim, quando a notícia se refere a problemas considerados crônicos ou quando se trata de algo distante da realidade do espectador, ela acaba não tendo potencial para despertar o interesse – por exemplo, quem não utiliza transporte público não terá interesse sobre notícias como

aumento de tarifas ou superlotação dos ônibus. Dessa forma, nem todas as informações recebidas são consideradas no processo avaliativo do desempenho do governante.

O interesse pelo governo depende do entendimento de que as ações que ele desenvolve impactam significativamente no bem-estar individual ou coletivo. Nesse sentido, aqueles que imputam grande responsabilidade ao presidente têm mais tendência de se informar sobre as ações do presidente. Como vimos, a atribuição de responsabilidade depende da percepção do eleitor e do seu conhecimento político. Esses fatores são responsáveis pela interpretação das ações do governo e pela promoção de expectativas sobre o desempenho do presidente.

Nesse sentido, se o governo for visto como detentor de grande capacidade de alterar o bem-estar da população, aqueles que o veem assim tenderão a ser mais informados sobre como o presidente está agindo. É o conhecimento político que indica quais são as atribuições do presidente e impulsiona a aquisição de novas informações. Por esse motivo, ele aparece como uma das variáveis que mais impactam sobre o interesse pelo governo (Tabela 19).

Tabela 19 – Condicionantes que afetam o interesse pelo Governo Federal

Variáveis independentes	Interesse pelo Governo Beta	Interesse pelo Governo Beta Padronizado
(Constante)	0,819 (0,172)	
Escolaridade	0,138*** (0,037)	0,081
Idade	0,003 (0,002)	0,037
Exposição a jornais impressos (dias)	0,092*** (0,027)	0,073
Exposição a Revistas (dias)	0,164*** (0,029)	0,122
Exposição à Internet (horas)	-0,052 (0,029)	-0,039
Exposição à TV (horas)	-0,146** (0,053)	-0,059
Exposição à Rádio (horas)	-0,014 (0,023)	-0,013
Confiança nas notícias de jornais impressos	0,254*** (0,026)	0,205
Conhecimento político	0,818*** (0,095)	0,190

Obs: O Erro Padrão de cada coeficiente está entre parênteses.

Nota: R² = 0,154, N= 18312 * p < 0,1 ; ** p < 0,05; *** p<0,01.

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

Eleitores com alta escolaridade e elevado conhecimento sentem mais a necessidade de se manterem informados. Já o público que poderia ser mais facilmente persuadido pelas questões apresentadas na campanha permanente, isto é, aqueles como baixa escolaridade não sentem grande necessidade de obter informações sobre as ações do governo. É preciso compreender que “a grande diferença de valores e crenças vigentes no Brasil é resultado da desigualdade de escolaridade” (Almeida, 2008, pág. 15).

Essa diferença de valores é perceptível quando se identifica que o público com baixa escolaridade é o mais exposto à TV (Tabela 20) e que, conforme a Tabela 19, entre os veículos de comunicação apenas a exposição a TV apresenta efeitos negativos sobre o interesse pelo governo¹⁴⁷. O que quer dizer que os sujeitos mais expostos a TV são aqueles com menor necessidade de consumir informação sobre o governo.

Tabela 20 - Estatísticas descritivas exposição à mídia por escolaridade (anos de estudo)

			N	Média	Desvio padrão	Erro padrão da média
Exposição TV (min/ dia)	Escolaridade (anos de estudo)	Menos de 8 anos	8485	213,88	174,716	1,897
		Mais de 8 anos	8551	205,31	164,812	1,782
Exposição rádio (min/ dia)	Escolaridade (anos de estudo)	Menos de 8 anos	5298	194,41	189,420	2,602
		Mais de 8 anos	5095	179,76	219,967	3,082
Exposição jornais (min/ dia)	Escolaridade (anos de estudo)	Menos de 8 anos	1447	64,50	93,819	2,467
		Mais de 8 anos	2850	65,75	107,282	2,010
Exposição revistas (min/ dia)	Escolaridade (anos de estudo)	Menos de 8 anos	612	65,76	78,198	3,161
		Mais de 8 anos	1812	66,40	84,379	1,982
Exposição internet (min/ dia)	Escolaridade (anos de estudo)	Menos de 8 anos	9145	33,76	110,566	1,156
		Mais de 8 anos	9167	161,66	211,238	2,206

Fonte: Elaborado a partir dos dados da pesquisa brasileira de mídia – Secom/ Ibope 2013.

No entanto, é importante ressaltar que a agenda política é cada vez menos monopólio da mídia tradicional. Como já dito, esse processo tem se acelerado, sobretudo, por meio da diversificação das fontes de informação proporcionada pela Internet que abriu espaço para diversos atores apresentarem seu posicionamento sobre as questões políticas e possibilitou

¹⁴⁷ Conforme o Anexo 3, os dados são significativos apenas para TV e Internet.

formas competitivas e descentralizadas de informação¹⁴⁸. Conforme Prior (2005), o crescimento do acesso à Internet e TV por assinatura colabora para ampliar o fosso que separa aqueles que buscam entretenimento daqueles que procuram informação sobre a política.

Essa descentralização além de ter diminuído o impacto da mídia tradicional determinou que a estratégia de ação presidencial fosse repensada. Isto é, os presidentes tiveram que rever o “going public”. Nunca antes os presidentes falaram de uma forma tão direta e constante com os eleitores¹⁴⁹.

No século passado, o aumento do acesso a veículos de comunicação como rádio e TV exigiu profundas mudanças no comportamento presidencial. Se antes os presidentes eram figuras isoladas que dependiam de pequenos comícios ou de alianças locais para estreitar os laços com os eleitores, com a era de ouro da televisão eles ganharam a possibilidade de falar diretamente ao público. Pela TV, suas ações passaram a repercutir quase instantaneamente entre a opinião pública.

Com isso, a imagem presidencial ganhou outra dimensão e o ato de falar diretamente ao público passou a ser visto como parte da estratégia política do incumbente. As “conversas” com o eleitor mediadas pela televisão apareceram como oportunidade para esclarecer e convencer os cidadãos sobre temas considerados importantes ao governo.

Já, no início do século XXI, as novas tecnologias possibilitaram uma reinvenção do *going public*. Essas novas tecnologias têm feito com que a capacidade do presidente se comunicar com os eleitores seja, cada vez mais, fundamental para moldar a percepção dos eleitores sobre as ações do governo. Assim, o presidente contemporâneo está conectado ao eleitor por meio de plataformas variadas, como, por exemplo, *blogs* e *microblogs*¹⁵⁰.

Essas plataformas descentralizam e dinamizam a circulação de informação tornando o cidadão comum não apenas espectador e sim partícipe fundamental do fluxo informacional. Isso tem feito com que o volume de notícias e a perecibilidade das mesmas

¹⁴⁸ Há que se destacar ainda o crescimento de domicílios com TV por assinatura. Esse tipo de serviço já é encontrado em quase 30% dos domicílios do país abrangendo mais de 50 milhões de pessoas.

¹⁴⁹ Apesar da presidente Dilma Rousseff ser avessa as redes sociais, a presidência mantém a interação com o eleitor por meio de sites, como, por exemplo, o Blog do Planalto <<http://blog.planalto.gov.br/>>.

¹⁵⁰ Atualmente, o Twitter aparece como o *microblog* mais popular.

seja maior. Todo esse processo faz com que o presidente não vá mais ao público, e sim permaneça constantemente conectado aos eleitores. Além disso, as mídias eletrônicas, também, afetaram diretamente o comportamento dos eleitores. Agora há a militância virtual que se engaja do seu modo na campanha permanente do presidente ou da oposição.



Figura 4 - As múltiplas plataformas da presidente. Twitter, Facebook e Blog integrados

Esses fatores fizeram com que o esvaziamento da mídia tradicional tenha refletido no crescimento da disseminação de notícias negativas sobre o governo. Os motivos se devem a maior competição pela audiência e a ampliação da cobertura que possibilita que, cada vez mais, fatos insignificantes sobre o governo sejam sobrevalorizados. Novas histórias são apresentadas diariamente apenas pela necessidade de justificar a cobertura. Isso é visto, principalmente, nos canais televisivos e portais de notícia com cobertura diária sobre a política.

Nesses espaços, os eventos políticos são apresentados instantaneamente e perecem em pouco tempo. Para manter a audiência é preciso buscar fatos novos e isso reflete diretamente no aumento de denúncias sobre o governo. Além disso, o aumento de notícias

negativas deve ser visto ainda como efeito da militância virtual que, em sua maioria, apresenta como principal estratégia a disseminação de boatos¹⁵¹.

Outro ponto que deve ficar claro é de que a mídia não possui o monopólio sobre o processo de informação do eleitor e criação de *primings*. O governo, também, se imbuí da tarefa de informar o cidadão sobre suas ações e os presidentes constantemente criam *primings* para indicar a forma como querem ser avaliados¹⁵².

Para o governante, interessa que os eleitores compartilhem das mesmas prioridades que as suas ou que áreas em que a atuação é mais difícil tenham baixo impacto no julgamento dos cidadãos. Por sua vez, quando o presidente falha na persuasão do público os reflexos são percebidos na agenda governamental. Isso porque as escolhas realizadas pelo incumbente variam conforme a sua popularidade, pois os “presidents do appear to select activities in ways designed to increase their popularity” (Brace; Hinckley, pág. 70, 1992). Assim, questões negativas são escamoteadas, enquanto, questões prioritárias para o público ganham estrategicamente a atenção do presidente.

Dessa forma, boa parte das ações depreendidas pelo presidente durante o mandato depende da capacidade dele orientar a percepção dos eleitores sobre os problemas políticos ampliando o suporte público para causas relevantes para o governo e alterando, também, a forma como os indivíduos interpretarão as ações que ele executará. Nesse sentido, para manter a popularidade os presidentes precisam influenciar, mobilizar e despertar a atenção da opinião pública.

Por esse motivo, frequentemente, é o governo e não a mídia que cria *issue salience*, pois é o incumbente que indicará os assuntos relevantes e com base em quais parâmetros ele deve ser julgado. Dessa forma, o presidente se apresenta como um dos maiores contribuintes para o direcionamento da agenda pública (Behr e Iyengar, 1985). Isto porque apesar de não ter controle sobre tudo que acontece, ele pode, por exemplo, criar fatos para orientar a atuação da mídia ou ampliar o debate sobre um tema específico para desviar a atenção de

¹⁵¹ Assim, o fato de haver um volume maior de notícias negativas sobre os dois últimos governos não pode ser reduzido apenas ao discurso maniqueísta de perseguições políticas.

¹⁵² Nesse sentido, em alguns momentos, a mídia e o governo são concorrentes na tarefa de informar o cidadão. Eles travaram disputa para disseminar o seu enquadramento da notícia. No entanto, essa concorrência só se torna possível quando o governo possui meios para difundir sua versão dos fatos. Em outros casos, não há concorrência entre mídia e governo favorecendo a criação de eleitor cativo aos interesses do presidente.

outros assuntos que poderiam ser negativos a sua imagem. Assim, suas inserções na mídia podem ser utilizadas como estratégia para direcionar a avaliação que os eleitores fazem do trabalho que ele está executando (Simon e Ostrom, 1989).

Em muitos casos, a cobertura da mídia dá vantagem para o mandatário perante seus opositores (Ansolabehere *et al.* 2006), pois ele fica mais tempo em evidência como, também, tem participação na definição sobre quais temas terão ênfase e como as questões serão divulgadas para o público. No caso brasileiro, os opositores ficam à mercê do espaço cedido pela mídia para difundir a sua campanha permanente, já que não possuem mecanismos institucionalizados de resposta as mensagens do mandatário. Com a fragilidade da oposição, a maioria dos presidentes se dedica a campanha permanente investindo grande quantidade de recursos materiais ou imateriais para obter a atenção da opinião pública e, posteriormente influenciá-la sem temer grandes obstáculos.

A campanha permanente do presidente tem como base a exploração de eventos políticos entrelaçando-os em um enredo (*political drama*) para manipular a opinião pública. Simon e Ostrom (1989) entendem que esses eventos que compõem o *political drama* podem ser explorados em três formas: declarações presidenciais; viagens ao exterior e criação ou valorização de eventos positivos.

O primeiro meio utilizado por presidentes para induzir a opinião pública seriam as declarações e os pronunciamentos presidenciais, sobretudo, os televisivos. Os pronunciamentos são utilizados com frequência, principalmente, em momentos de crise, datas simbólicas (Dia do Trabalho, Independência, Natal, Ano Novo, etc.), lançamento de políticas ou decisões importantes (**Quadro 2**). Na maioria das vezes, essas aparições se tornam mais rotineiras em períodos de redução da popularidade, pois presidentes populares, geralmente não têm a necessidade de apresentar explicações de suas atividades ou da conjuntura social econômica e política do país para os eleitores, eles fazem isso quando se veem no meio de crises.

No caso da presidente Dilma, os pronunciamentos seguem praticamente o mesmo roteiro: (1) hoje está melhor do que ontem e amanhã será ainda melhor; (2) desqualifica as críticas, os opositores e pessimistas são levianos; (3) o que há de negativo é impacto de fatores alheios ao governo e (4) apresentação de políticas que serão implementadas. Para tanto, a declaração nem sempre se contextualiza com o fator motivador. Por exemplo, o

pronunciamento do dia do trabalhador pode ser utilizado para responder críticas a casos de corrupção que envolvem o governo.

Quadro 2 – Pronunciamentos presidenciais (2011 – 09/2014)

Tema	Data de exibição	Assunto
Primeiro pronunciamento	10/02/2011	Pacto pela educação. Lançamento do Pronatec e Plano Nacional de Banda Larga. Apresentação do lema “País rico é país sem pobreza”.
Pronunciamento do Dia do Trabalho	29/04/2011	Melhoria nas condições de vida da população. Crescimento no emprego e na renda.
Pronunciamento 7 de setembro	06/09/2011	O país se transformou. O emprego e a renda batem recordes históricos.
Pronunciamento sobre os programas Melhor em Casa e SOS Emergências	08/11/2011	Lançamento dos programas de saúde pública Melhor em Casa e SOS Emergências. Pacto federativo pela saúde
Balanço do primeiro ano de mandato	23/12/2011	Entrada em um período de décadas de avanço
Pronunciamento Dia Internacional da Mulher	08/03/2012	Afirmou que as mulheres continuarão a ser prioridade nos programas sociais do governo.
Pronunciamento Dia do Trabalhador	30/04/2012	Melhorias para os trabalhadores e seus filhos. Esforço para reduzir os juros
Pronunciamento Dia das Mães	13/05/2012	Lançamento do “Brasil Carinhoso”
Pronunciamento de 7 de setembro	06/09/2012	Anúncio de um novo ciclo de desenvolvimento
Pronunciamento de fim de ano	23/12/2012	Mensagem de que 2013 será melhor do que 2012
Pronunciamento sobre a redução da tarifa de energia elétrica	23/01/2013	Redução de 18% na tarifa de energia para as residências
Pronunciamento pelo Dia Internacional da Mulher	08/03/2013	Redução dos impostos da cesta básica
Pronunciamento Dia do Trabalho	01/05/2013	Políticas para educação. Royalties para educação. Aumento dos postos de trabalho
Pronunciamento em resposta as manifestações de junho	21/06/2013	Anunciou, em pronunciamento em cadeia nacional de rádio e TV, que vai convidar os governadores e prefeitos das principais cidades do país para um grande pacto em torno da melhoria dos serviços públicos.
Pronunciamento de 7 de setembro	06/09/2013	Afirmou que o governo está acelerando os pactos pela melhoria na saúde, na educação e no transporte
Pronunciamento sobre leilão do Pré-Sal	21/10/2013	Exploração do Pré-Sal e efeitos positivos. Aumento dos recursos para saúde e educação.
Pronunciamento de fim de ano	29/12/2013	Afirmou que as dificuldades enfrentadas não foram capazes de interromper o ciclo positivo que o país vive e que tem garantido que a vida dos brasileiros melhora gradativamente a cada ano.
Pronunciamento pelo Dia Internacional da Mulher	08/03/2014	Programa destinado ao eleitorado feminino. Apresentação dos benefícios do governo para as mulheres.
Pronunciamento pelo Dia do Trabalhador	30/04/2014	Reafirmação do compromisso com as mudanças. Correção da tabela do imposto de renda. Atualização dos valores do bolsa família. Inflação sob controle.
Pronunciamento sobre a realização da Copa do Mundo no Brasil	10/06/2014	O país está preparado para a Copa. Os pessimistas perderam. A Copa não representa apenas gastos.

Fonte: Pesquisa direta

Os pronunciamentos para a nação são dirigidos com intuito claro de cativar os eleitores. Eles possibilitam que o governante tenha acesso direto aos cidadãos sem que haja

preocupação com perguntas embaraçosas. Assim, o presidente tem total controle sobre o assunto e desenrolar do discurso se apresentando como principal líder do país “stirring public emotions and proposing solutions to national problems” (Ragsdale, p. 971, 1984). O objetivo é fazer com que o público entenda que a versão dos fatos apresentadas é a única existente. Além disso, por meio dessas aparições o incumbente busca mobilizar os apáticos, converter os indecisos e reforçar o apoio daqueles que têm identificação partidária com o governo¹⁵³.

Além de afetar na forma como o governo será julgado pelos cidadãos, entre os efeitos políticos dos pronunciamentos, há ainda a possibilidade da abertura da janela política para permitir a entrada de determinadas questões na agenda pública. O presidente buscará manter empatia com os eleitores para que eles compreendam as dificuldades e quais decisões são importantes. Em momentos de crise, a empatia possibilitará que a opinião pública se volte para as questões de interesse nacional e pressione o Congresso sobre medidas que o governo classifica como urgente (Behr e Iyengar, 1985; Ragsdale, 1984; Ragsdale, 1987).

O segundo meio do presidente direcionar a atenção pública se dá através de viagens internas e externas. Isso se deve ao fato delas, geralmente, redobram a atenção sobre o presidente e serem úteis para demonstrar que ele é prestigiado por outros chefes de Estado. Os encontros com outros chefes de Estado possibilitam demonstrar a relevância do cargo e a responsabilidade que o presidente possui (Kernell, 1986).

Por isso, o fato do presidente americano, Barack Obama ter apresentado certa admiração pelo então presidente Lula o intitulado como “o cara” e “político mais popular do mundo” sedimentou ainda mais entre os brasileiros o entendimento de que o país estava no rumo certo. Esse episódio foi bastante explorado para fortalecer a popularidade do presidente Lula¹⁵⁴. Dos últimos incumbentes, nos três primeiros anos do mandato, a presidente Dilma foi a que ficou menos dias fora do país em viagens internacionais (Quadro 3). Porém, visitou mais países do que o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. O Anexo 6 apresenta a lista de viagens ao exterior da presidente Dilma.

¹⁵³ Outro meio de ganhar a atenção do público e afetar a opinião pública se dá através da concessão de entrevistas exclusivas para programas voltados a públicos específicos, como, por exemplo donas de casa.

¹⁵⁴ Esse fato ocorreu, em 2009, durante reunião do G20 realizada em Londres e foi noticiado pelos principais veículos de comunicação do Brasil.

Quadro 3 – Viagens internacionais nos três primeiros anos do mandato

Presidente	Dias	Países
Dilma	113	31
Lula 2	238	59
Lula 1	182	49
FHC 2	122	27
FHC 1	135	26

Fonte: BBC.

No último ano do mandato, devido a disputa pela reeleição o número de viagens internacionais caiu e cresceram as viagens domésticas. Nesse período, ocorre a maioria das entregas de obras e lançamentos de programas do governo que, conforme a legislação, podem ser feitas com a participação de candidatos até o dia 5 de julho. No primeiro semestre de 2011, a presidente fez 15 viagens; em 2012, 20 viagens; em 2013, 23 e em 2014 foram 60 viagens. Conforme o Quadro 4, as viagens realizadas no primeiro semestre de 2014 superaram as realizadas em todo o ano de 2012.

Quadro 4 – Viagens domésticas da presidente Dilma Rousseff

Ano	Viagens
2011	69
2012	52
2013	66
2014*	60

*Apenas primeiro semestre

Fonte: Pesquisa direta

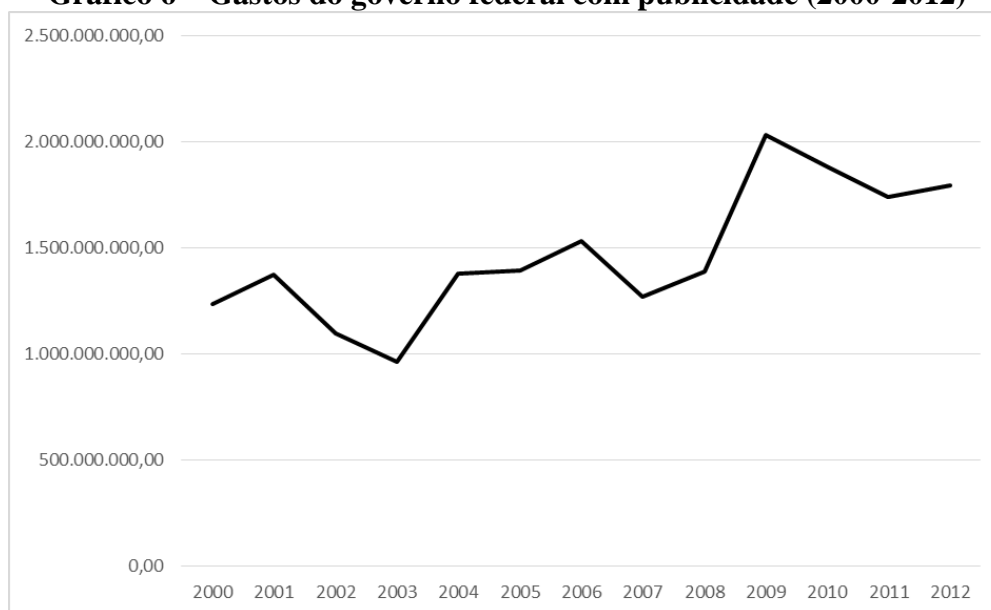
As viagens dentro do país têm a capacidade de pautar a mídia, sobretudo, a regional e fortalecer alianças. Assim, quando o presidente visita um Estado ou município a mídia local se reúne em torno dele. Isso facilita a reafirmação do compromisso do incumbente com os eleitores da região. Os estados mais visitados pela presidente são aqueles que possuem o maior colégio eleitoral e que recebem mais repasses da união. Por esse motivo, os estados em que Dilma esteve mais presente foram: São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia e Rio Grande do Sul. É preciso destacar que, em alguns casos, recepcionar o presidente serve como demonstração de prestígio das lideranças locais. Com isso, eles

pressionam para o incumbente reservar espaço na agenda para uma visita aos territórios que eles dominam.

A terceira forma de fortalecer a interação com o público é por meio da promoção de eventos positivos para pautar a mídia. Durante o governo Dilma, essa ação foi executada, sobretudo, através do lançamento ou inauguração de obras do Programa de Aceleração do Crescimento - PAC. Isso, também, ocorreu por meio da mudança de peças do governo e lançamento de políticas como foi o caso do programa “Mais Médicos” que, entre outros objetivos, serviu para deslocar a atenção da opinião pública dos protestos que ocorreram em junho de 2013.

Em resumo, nesse quesito a influência do presidente se dá através do incitamento de questões sensíveis (legalização de drogas, descriminalização do aborto, defesa de minorias, etc.), mudanças na estrutura do governo como, por exemplo, a nomeação de novos ministros, criação de novas políticas e apresentação de indicadores (redução da pobreza, queda do desemprego, controle da inflação, entre outros). Em parte, essas ações são difundidas por meio da publicidade governamental. Geralmente, os gastos do governo com publicidade estão alinhados ao ciclo eleitoral. Isto é, crescem no período que antecede a disputa eleitoral e diminuem no ano posterior as eleições (Gráfico 6).

Gráfico 6 – Gastos do governo federal com publicidade (2000-2012)



Fonte: SECOM/ Instituto para Acompanhamento da Publicidade - IAP

No geral, as propagandas visam alertar a população sobre questões específicas (propagandas educativas), informar sobre as ações desenvolvidas (lançamento de programas, entrega de obras, etc), difundir conceitos sobre o governo (*slogans* – “Brasil: país rico é país sem pobreza”, “Copa das copas”) e, principalmente, direcionar a atenção para tópicos específicos em uma tentativa de enquadrar a leitura dos eleitores (Figura 5).

Figura 5 - Caixa: Minha Casa, Minha Vida (2014)



Mensagem:

“Onde tem Minha Casa, Minha Vida e Minha Casa Melhor tem Governo Federal. Só no Estado de São Paulo já foram entregues duzentas e cinquenta e nove mil casas e mais duzentas e noventa e uma mil serão entregues” (...) “O Governo Federal vai entregar dois milhões e setecentos e cinquenta mil casas em todo Brasil e a Caixa tem muito orgulho de fazer parte disso”.

Porém, é preciso lembrar que os efeitos da publicidade governamental e da promoção de eventos focalizadores variam conforme a imagem e o tom da política que será utilizada. Isso porque, para possibilitar ganhos ao governante, os eventos criados precisam se articular a um enredo que esteja alinhado à opinião pública.

Desse modo, é preciso estabelecer enquadramento que contextualize a mensagem com o cotidiano dos sujeitos e, a partir disso, procure alterar o seu posicionamento. O objetivo central dessa ação é fazer com que decisões impopulares possam ser vistas como necessárias e/ou benéficas para a população (Brace; Hinckley, 1992). O enredo quando eficiente permite controlar a queda na popularidade revertendo o impacto de eventos negativos e afastando a influência dos opositores. Assim, para quem governa é melhor atacar, ou seja, promover eventos positivos do que se defender de situações indesejadas.

No entanto, é necessário compreender que a teatralidade das ações do incumbente pode comprometer avaliações futuras. Isso porque os eleitores não reagem bem quando descobrem que as medidas do governo são pensadas com o único objetivo de direcionar a opinião pública. Assim, posteriormente, os presidentes pagam caro por criar períodos artificiais de alta popularidade.

As ações do presidente quando distantes da realidade serão úteis para condená-lo mais tarde (Neudstadt, 1980), quando os fatos contradizem o que era propagado o suporte público esvai e se transforma em rejeição. Vale lembrar que as promessas não cumpridas e declarações incoerentes com as ações irão ser esmiuçadas pela oposição e terão aval da mídia para se propagar.

É preciso ainda deixar claro que a capacidade do presidente criar *priming effect* – isto é, efetivar a campanha permanente – será proporcional a sua popularidade. Como já visto, o suporte público presidencial elevado fortalece o sentimento de que as coisas estão indo bem e, conseqüentemente, esvazia o discurso dos opositores¹⁵⁵. Nesse cenário, o *priming effect* surge com mais facilidade, já que com alta popularidade, boa parte do público, rejeita notícias negativas sobre o incumbente, como, também, a atenção da opinião pública sobre as ações do governo cai e as políticas, por mais negativas que sejam, passam a ser conduzidas em meio a maior tolerância dos cidadãos.

Por outro lado, a popularidade em baixa mingua a força do governante indicar para os eleitores os parâmetros que ele deve ser julgado. Além disso, quando o suporte público do presidente está em queda as notícias negativas passam a ter mais evidência. Isto porque os intérpretes da opinião pública – especialistas, jornalistas, lideranças da oposição, etc – se imbuem da tarefa de diagnosticar as causas da redução da aprovação (Brace e Hinckley, 1992). Esses intérpretes apresentam o que a população deseja que o governo faça e, ao mesmo tempo indicam o que o presidente deve fazer para reverter à reprovação.

A redução da popularidade favorece o surgimento de um espiral de notícias negativas sobre o governo com a intenção de explicar o porquê da rejeição dos eleitores. Esse espiral faz com que o volume de notícias negativas seja maior e isso junto com a insatisfação da população redobrará a atenção do eleitor sobre como o governo está atuando. Por sua vez, eleitores atentos e com baixa tolerância irão impulsionar o consumo de notícias negativas.

¹⁵⁵ Ver Capítulo 1.

Como vimos, os eleitores que foram atingidos de forma negativa pela ação do governo se tornam mais atentos e vulneráveis as questões da campanha permanente dos opositores. Já aqueles que se sentiram beneficiados são mais desatentos e declinados a manter o apoio ao governo. Mas todo esse processo depende da percepção sobre as ações do presidente e relevância que os sujeitos dão ao governo.

Dessa forma, quanto maior a percepção sobre a capacidade das políticas públicas interferirem no bem-estar individual e da compreensão do presidente como controlador da agenda pública tendo capacidade de definir os rumos do país, mais inclinados os sujeitos serão a se informar sobre o processo político. A percepção de que o mandatário pouco contribui sobre o bem-estar faz com que os assuntos referentes ao governo se tornem insignificantes como, também, as ações do governante que não interferem diretamente na vida dos eleitores acabam não gerando repercussão sobre o suporte público.

Portanto, o efeito da mídia sobre a imagem presidencial não está deslocado do mundo real. As notícias que se propagam são aquelas atreladas as perspectivas individuais que, por sua vez, são moldadas pelo conjunto de experiências subjetivas. Essas experiências dão significado próprio para as notícias sejam elas positivas ou negativas e, é por meio desse significado individual que elas ecoam entre os eleitores. Do contrário, passam despercebidas dando lugar a outras que sejam relevantes para o espectador.

Considerações Finais

O suporte público do presidente é um dos mais importantes mecanismos políticos da democracia¹⁵⁶. Presidentes populares apresentam maior controle sobre a agenda pública e sobre o comportamento dos seus aliados. Além disso, como os eleitores não alteram drasticamente a sua opinião sobre os atores políticos, a popularidade presidencial passa a ser preditor da disputa eleitoral¹⁵⁷.

Assim, com o objetivo de permanecer no poder, os mandatários priorizam ações que possam incidir positivamente na avaliação do governo. Eles partem da ideia de que os governos são punidos ou premiados com base no desempenho que demonstram à frente da administração do país. Nessa tarefa, geralmente, o diagnóstico leva a crer que os eleitores são racionais e visam apenas ampliar benefícios econômicos. O pensamento é de que eleitores votam e julgam o presidente com base no bolso.

Nesse sentido, a popularidade seria efeito, sobretudo, do desempenho do governo em questões como desemprego e inflação. Com isso, a economia passa a ser o centro da atividade governamental. Diante disso, na tentativa de ampliar a popularidade, muitas vezes, a agenda do governo é marcada pelo dilema de seguir as questões prioritárias ao partido ou patrocinar ciclos de prosperidade com o intuito apenas de agradar a opinião pública.

Os ciclos de prosperidade surgem como resposta à baixa popularidade, sobretudo, próximos a períodos eleitorais. Tais ciclos são impulsionados pelo aumento dos gastos públicos e maior rigidez na busca por reduzir o desemprego e controlar a inflação. Dessa forma, a política macroeconômica é orientada por interesses de curto-prazo. Porém, para que ciclos eleitorais tenham efeitos políticos é preciso que os eleitores sejam míopes, isto é, desconsiderem o futuro ou não mantenham avaliações do tipo *memory-based*.

Avaliações *memory-based* são resultantes da preponderância do passado sobre o presente. Elas estruturam predisposições sobre a política indicando quais questões são relevantes

¹⁵⁶ É preciso salientar que votar e dar suporte são ações distintas. A segunda demonstra predisposição pela primeira.

¹⁵⁷ Em alguns casos, a interferência da popularidade é maior do que a da campanha política.

como, também, mantêm o conjunto de esquemas que determinam o formato do julgamento sobre o desempenho do presidente.

Os esquemas são construídos ao longo do tempo e favorecem a redução do custo informacional direcionando a atenção para pontos específicos. Assim, é peça fundamental no processo de aquisição de novas informações. Por meio deles, os eleitores identificam o que é relevante e estabelecem os critérios a serem utilizados na leitura das ações do governante. Esses esquemas avaliativos são ativados por meio de estímulos cognitivos ou afetivos.

Os principais estímulos são a ansiedade e a expectativa que possuem a capacidade de ampliar ou reduzir a atenção dos cidadãos sobre as ações desenvolvidas pelo presidente. Desse modo, quando a ansiedade é elevada os eleitores se mantêm mais atentos sobre as medidas do mandatário. Por outro lado, quando tudo vai bem, eles não sentem a necessidade de buscar identificar como o governo está agindo.

Por esses motivos, é que defendemos que a economia por si só não explica a popularidade presidencial. Não é o resultado das políticas que importa e, sim, as interpretações que os eleitores fazem desses resultados. Em resumo, governos são recompensados ou punidos a partir da percepção individual das ações que ele desenvolveu ou poderá desenvolver.

O julgamento dos eleitores sobre o desempenho do mandatário não pode ser considerado apenas como resultante do somatório de interpretações do ambiente político que se desencadeiam de forma aleatória, já que nesse processo os eleitores não se desvencilham de suas experiências subjetivas. Tais experiências orientam a forma como as questões políticas serão observadas e direcionam a captação e processamento das informações. Por isso, a avaliação política é pessoal e intransferível possibilitando que um mesmo estímulo tenha interpretações diferentes e que norteiem ações díspares. Como apresentado, avaliações são influenciadas por experiências pessoais e têm como parâmetro a manutenção ou ampliação do bem-estar.

Assim, quando determinada política provoca desconforto os indivíduos partem para tentar identificar o causador e buscar soluções para restaurar o bem-estar. Como apregoa a hipótese recompensa-punição, os eleitores punem o mandatário por falhas da atuação do

governo¹⁵⁸. No entanto, a punição, na maioria das vezes, só surge quando há percepção clara da relação dos efeitos políticos de determinada medida com o governo.

O mandatário utiliza as políticas para demonstrar sua competência. Nessa perspectiva, até mesmo as políticas ineficientes são reenquadradas para fomentar a ideia de que o governo é competente. Como visto, o que faz os eleitores acreditarem que o governo satisfaz o seu interesse é a reinterpretação das experiências pessoais por meio de esquemas.

No momento da avaliação, alguns eleitores falham na análise sobre o cenário político. A consequência disso é a distorção das características do mandatário e o viés na leitura sobre as ações do governante. Identificando tais fragilidades, governo e oposição tentam a todo momento persuadir os eleitores sobre a leitura das ações do incumbente.

Essa ação do governo e da oposição surte efeito com a exploração de aspectos cognitivos que fazem com que os cidadãos sejam conduzidos a fazer avaliações equivocadas sobre o presidente. O principal ponto explorado pelos dois grupos é a atenção limitada dos indivíduos acerca das questões políticas.

A atenção permite que os sujeitos realinhem suas predisposições a partir de novas informações. Por outro lado, quando a atenção aos fatos políticos é rara, os indivíduos não se atêm as constantes alterações no ambiente político e julgam o presidente com base em eventos que não mais condizem com a realidade.

No geral, os cidadãos não dispõem grande atenção aos problemas políticos. Esse baixo interesse pela política se transforma no principal empecilho para que os sujeitos se informem. Um dos motivos da baixa atenção é a dificuldade de atribuir relevância ao mandatário e perceber que as ações que ele desenvolve podem interferir no bem-estar. É por esse motivo que mesmo em períodos de crise os sujeitos permanecem estáticos sem esboçar qualquer reação a estímulos pró ou contra o governo.

Nesse cenário, a estratégia do governo e da oposição não é a de ganhar a atenção dos indivíduos e sim torná-los alheios a questões que possam ser desfavoráveis. Com isso, em meio a crises os governantes promovem eventos “insignificantes” para esvaziar a atenção sobre fatos que podem afetar negativamente a sua popularidade.

¹⁵⁸ Ver Capítulo 1.

Essa medida surte efeito devido a incapacidade dos sujeitos processarem várias questões ao mesmo tempo. Como visto no Capítulo 3, a atenção da opinião pública é limitada quanto ao foco, pois os indivíduos não são multitarefas. Essa limitação faz com que eles classifiquem as questões políticas em uma escala de prioridade com base no impacto que elas mantêm sobre o bem-estar. Em decorrência disso, alguns eventos monopolizam a agenda pública enquanto outros passam despercebidos. Vale ressaltar que a ação do governo e da oposição para direcionar a atenção da opinião pública só se concretiza com o apoio da mídia, pois ela exerce o papel fundamental de atribuir relevância para os eventos políticos.

Assim, para o governo, em alguns casos, a falha na atenção pode ser benéfica, já que ela possibilita ao mandatário apresentar questões com o objetivo de coordenar o debate político desviando o foco de pontos que possam ser desconfortáveis. Isso faz com que os cidadãos mantenham o foco sobre uma área específica e esqueça aquilo que realmente poderia impactar o suporte público do presidente. Dessa forma, o governo, sobretudo, por meio da apresentação de propostas polêmicas, denúncias ou ações de impacto busca direcionar a atenção da opinião pública. Em momentos críticos para o governo como, por exemplo, durante escândalos e crises as propostas polêmicas são eficientes para controlar a queda na popularidade.

Diante desses aspectos, a popularidade não pode ser considerada como mera resposta a leitura fria sobre indicadores econômicos ou como reflexo direto das ações do governo sobre o bolso do eleitor. Aqui apresentamos que ela é, sobretudo, decorrente do conjunto de esquemas que dirige a percepção dos eleitores sobre as questões políticas. Com isso, o resultado da avaliação sobre o governo varia conforme a interpretação individual acerca de eventos políticos e sobre os condicionantes da performance econômica.

Assim, as experiências pessoais ocupam papel importante, pois são elas que estruturam os esquemas que possibilitam identificar qual a relevância do governo e o que é prioritário. Na maioria das vezes, a prioridade está relacionada ao potencial que a questão apresenta de interferir no cotidiano dos indivíduos fazendo com que eles detenham mais atenção e acumulem mais conhecimento sobre essas temáticas. Por esse motivo, as ações do governo apresentam significados que variam de indivíduo para indivíduo e isso faz com que as medidas do governo tenham impacto desigual sobre a vida dos cidadãos.

Como é a percepção individual que dirige os critérios da avaliação, os resultados econômicos só ressoam sobre a popularidade presidencial quando os sujeitos identificam a responsabilidade do mandatário. Os efeitos da economia são limitados devido a atribuição de responsabilidade, pois os julgamentos estabelecidos pelos eleitores não são alheios a leitura sobre quais funções são reservadas ao mandatário.

O processo de atribuição de responsabilidade é um dos fatores mais caros à popularidade, pois é a partir dele que se estruturam expectativas sobre o governo. Após a definição sobre quais são as tarefas do mandatário é que as questões passam a ter impacto sobre o suporte público. No entanto, os cidadãos divergem quanto ao foco dado as questões, isto é, eles podem ser egotrópicos quando a motivação é construída com base no autointeresse ou sociotrópicos quando há prevalência dos interesses coletivos sobre os objetivos individuais.

Porém, como vimos, não há barreiras tão claras separando análise egotrópicas de sociotrópicas. Os eleitores podem ser movidos por objetivos pessoais, mas beneficiar indiretamente terceiros ou podem ser motivados por ideais coletivos que não representam o todo. Com base nisso, identificamos o atrelamento em um único bloco de questões como saúde, educação, economia, habitação, combate à fome e à miséria e combate ao desemprego. Os pertencentes a esse grupo são os eleitores egotrópicos. Já outra parte é constituída por sujeitos com visão idêntica sobre questões como: reforma agrária; combate à corrupção; comunicações; ciência e tecnologia; energia e relações exteriores. Esses são os eleitores sociotrópicos.

É preciso compreender que cada eleitor dependendo do estímulo tanto pode utilizar avaliações egotrópicas quanto sociotrópicas. Entretanto, como demonstrado, alguns fatores propiciam efeitos diretos sobre qual foco a avaliação terá. Nesse sentido, para analisar o governo, mulheres e eleitores com baixa escolaridade serão mais prováveis de utilizar leituras sociotrópicas. Os indivíduos com poucos anos de estudo são mais susceptíveis a incorporar esquemas avaliativos passados por terceiros, sobretudo, pela mídia. Assim, as análises que eles desenvolvem são mais vinculadas as questões nacionais do que conduzidas por objetivos pessoais.

Além de observar qual o foco que os indivíduos mantêm sobre a avaliação é preciso, também, identificar o tempo que será utilizado no julgamento sobre o governo, isto é, se o

governo será recompensado ou punido com base no passado (análise retrospectiva) ou pela ideia sobre o que virá (análise prospectiva). Nas análises retrospectivas há o predomínio das experiências individuais que, como vimos, definem os critérios sobre os quais as ações do governo são julgadas. Assim, nesse tipo de avaliação, a percepção dos indivíduos acerca dos acontecimentos políticos está ligada a eventos presos na memória, como, por exemplo, a experiência com governos anteriores. Já a avaliação prospectiva tem como parâmetro o presente e é movida pela expectativa acerca do impacto das ações a serem empreendidas pelo presidente. Eleitores prospectivos têm a capacidade de não punir o incumbente por turbulências que surgem durante o mandato, pois o foco é no resultado a longo-prazo.

Entre os principais fatores que impulsionam a análise retrospectiva se encontram a expectativa sobre o governo, a confiança na presidente, a simpatia pelo PT e ter avaliado o governo Lula de forma positiva. Já avaliação prospectiva é mais usual entre os jovens por não possuírem vasta experiência com administrações passadas. Como vimos, são os eleitores que utilizam avaliações prospectivas que apresentam mais chances de aprovar o Governo.

Porém, um dos fatores que mais demonstra impacto sobre a popularidade da presidente Dilma Rousseff é a expectativa sobre o governo. As expectativas variam conforme a percepção dos eleitores sobre o futuro e, geralmente, não correspondem à realidade. Isso se deve ao fato de parte delas surgir embaladas por julgamentos do tipo *memory-based* fazendo com que as recordações direcionem a interpretação sobre o futuro.

As expectativas dependem de fatores cognitivos como, por exemplo, a esperança de mudança que se renova a cada início de governo. Com base nisso, a popularidade é, geralmente, maior nos primeiros meses de mandato e cai ao longo do tempo, muitas vezes, em decorrência do custo de governar.

No caso da popularidade da presidente Dilma Rousseff, a expectativa sobre o desemprego era abaixo de 30% no seu período de maior aprovação e foi a quase 50% no momento em que houve redução abrupta do seu suporte público. Essa mudança ocorreu sem a interferência de eventos concretos sinalizando assim a distância existente entre as expectativas e o mundo real. Dessa forma, no decorrer do mandato da presidente a leitura dos eleitores sobre variáveis como inflação e desemprego passou a ser mais rígida não mantendo relação com os indicadores oficiais.

Como dito, a hipótese principal dessa tese é a de que a percepção dos eleitores dirige o julgamento que eles fazem sobre a atuação do mandatário. Essa percepção sofre efeito de fatores cognitivos e afetivos que limitam a compreensão sobre o ambiente político. Assim, muitas vezes, a avaliação está deslocada da realidade. Isto é, governos bem avaliados nem sempre poderão ser considerados bons governos. Diante disso, para orientar a percepção dos eleitores, governo e oposição estabelecem campanha permanente tendo como meio de propagação os veículos de comunicação.

A reação e atenção dos indivíduos aos fatos políticos não é uniforme, em decorrência disso, a influência da mídia não acometerá todos os cidadãos. Nesse sentido, estímulos cognitivos e afetivos são lançados tanto pela oposição quanto pela situação para indicar o que é relevante e redefinir os critérios utilizados pelo eleitor para julgar o presidente.

Nessa tarefa, o governante tem ampla vantagem por operar em um cenário onde possui bem mais informações que os demais (eleitores, mídia e oposição). Assim, por meio de políticas cognitivas, ele lança estímulos para fazer com que políticas ineficientes sejam escamoteadas, enquanto as políticas eficientes passem a ser sobrevalorizadas pelo público. Porém, os eleitores não demonstram responder as sugestões difundidas pela mídia. O que percebemos é que com o esvaziamento dos meios de comunicação tradicionais há o aumento da prática da exposição seletiva e, com isso, os sujeitos consomem com mais volúpia as notícias que fortalecem seus discursos pré-estabelecidos.

Bibliografia

ABELSON, R. Computer simulation of hot cognition. In: TOMKINS, S; MESSICK, S. **Computer simulation of personality**. New York: Wiley, pp. 277-298, 1963.

ABRAMOWITZ, Alan I.; LANOUE, David J.; RAMESH, Subha. Economic conditions, causal attributions, and political evaluations in the 1984 presidential election. **Journal of Politics**, v. 50, n. 4, p. 848-63, 1988.

ACHEN, Christopher H; BARTELS, Larry M. **Blind retrospection**. Electoral responses to drought, flu, and shark attacks. Manuscript, Princeton University, 2004.

AKERLOF, George. **Animal spirits**: how human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism. New Jersey: Princeton University Press, 2009.

ALESINA, Alberto. Macroeconomic policy in a two-party system as a repeated game. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 102, n. 3, p. 651-678, 1987.

ALESINA, Alberto; GRILLI, Vittorio. The European central bank: Reshaping monetary politics in Europe. **National Bureau of Economic Research**, 1991.

ALESINA, Alberto; MIRRLEES, James; NEUMANN, Manfred JM. Politics and business cycles in industrial democracies. **Economic Policy**, p. 57-98, 1989.

ALESINA, Alberto; ROSENTHAL, Howard. **Partisan politics, divided government, and the economy**. Cambridge University Press, 1995.

ALT, James. **The politics of economic decline**: economic management and political behavior in Britain since 1964. New York: Cambridge, 1979.

ALT, James. Political parties, world demand, and unemployment: domestic and international sources of economic activity. **The American Political Science Review**, vol. 79, n. 4, p. 1016-1040, 1985.

ALT, James; CHRYSTAL, Kenneth Alec. **Political economics**. Berkeley, CA: University of California Press, 1983.

ALMEIDA, Carlos Alberto; YOUNG, Clifford Alexander. **A cabeça do brasileiro**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. **A cabeça do eleitor**: estratégia de campanha, pesquisa e vitória eleitoral. Rio de Janeiro: Record, 2008.

ANDERSON, Christopher. **Blaming the government: citizens and the economy in five European democracies**. ME Sharpe, 1995.

ANSOLABEHERE, Stephen; SNOWBERG, Erik C.; SNYDER, James M. Television and the incumbency advantage in US elections. **Legislative Studies Quarterly**, v. 31, n. 4, p. 469-490, 2006.

BAKER, Andy; AMES, Barry; RENNO, Lucio R. Social context and campaign volatility in new democracies: networks and neighborhoods in Brazil's 2002 Elections. **American Journal of Political Science**, v. 50, n. 2, p. 382-399, 2006.

BAKER, William D.; ONEAL, John R. Patriotism or opinion leadership? The nature and origins of the "rally'round the flag" effect. **Journal of Conflict Resolution**, v. 45, n. 5, p. 661-687, 2001.

BAUM, Matthew A.; KERNELL, Samuel. Has cable ended the golden age of presidential television?. **American Political Science Review**, p. 99-114, 1999.

BECK, James W.; CARR, Alison E.; WALMSLEY, Philip T. What have you done for me lately? Charisma attenuates the decline in US presidential approval over time. **The Leadership Quarterly**, v. 23, n. 5, p. 934-942, 2012.

BEHR, Roy L.; IYENGAR, Shanto. Television news, real-world cues, and changes in the public agenda. **Public Opinion Quarterly**, v. 49, n. 1, p. 38-57, 1985.

BERELSON, B; LAZARFELD, P; McPHEE, W. **Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign**. Chicago: Chicago University Press, 1954.

BERG, Bruce L. **Qualitative methods for the social sciences**. Boston: Pearson, 2007.

BERGER, Jonah; MEREDITH, Marc; WHEELER, S. Christian. Contextual priming: where people vote affects how they vote. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 105, n. 26, p. 8846-8849, 2008.

BERRY, Christopher R.; HOWELL, William G. Accountability and local elections: rethinking retrospective voting. **Journal of Politics**, v. 69, n. 3, p. 844-858, 2007.

BITTENCOURT, J. L; HILLBRECHT, R. Ciclo político na economia brasileira: Um teste para a execução orçamentária dos governos estaduais – 1983/2000. **Anais do XXXI Encontro Nacional de Economia**, Porto Seguro. ANPEC, 2003.

BLAIS, A. **To vote or not to vote: the merits and limits of rational choice theory**. Pittsburg: University of Pittsburg, 2000.

BLOOM, Howard S.; PRICE, H. Douglas. Voter response to short-run economic conditions: The asymmetric effect of prosperity and recession. **The American Political Science Review**, v. 69, n. 4, p. 1240-1254, 1975.

BONO, Joyce E.; ILIES, Remus. Charisma, positive emotions and mood contagion. **The Leadership Quarterly**, v. 17, n. 4, p. 317-334, 2006.

BRACE, Paul; HINCKLEY, Barbara. **Follow the leader: opinion polls and the modern presidents**. Basic Books, 1992.

BRADER, Ted; VALENTINO, Nicholas A. Identities, interests, and emotions: symbolic versus material wellsprings of fear, anger, and enthusiasm. In: NEUMAN, Russel et. al. (eds.). **The affect effect: dynamics of emotion in political thinking behavior**. Chicago: Chicago Press, 2007.

BRODY, Richard. International Crises: a rallying point for the president? **Public Opinion**, v. 6, n. 6, p. 41-43, 1984.

BRODY, Richard A. **Assessing the president: the media, elite opinion, and public support**. Stanford University Press, 1991.

BRODY, Richard A.; SHAPIRO, Catherine R. A reconsideration of the rally phenomenon in public opinion. **Political behavior annual**, v. 2, p. 77-102, 1989.

BRODY, Richard; SIGELMAN, Lee. Presidential popularity and presidential elections: An update and extension. **Public Opinion Quarterly**, v. 47, n. 3, p. 325-328, 1983.

BRODY, Richard A.; SNIDERMAN, Paul M. From life space to polling place: the relevance of personal concerns for voting behavior. **British Journal of Political Science**, v. 7, n. 3, p. 337-360, 1977.

CALLAGHAN, Karen J.; VIRTANEN, Simo. Revised models of the 'rally phenomenon': the case of the Carter Presidency. **Journal of Politics**, v. 55, n. 3, p. 756-764, 1993.

CAMARGOS, Malco. Economia e voto na América Latina: mensurando o impacto da crise. In: **Congresso Latinoamericano de Wapor: opinião pública, democracia e conflitos em América Latina**, 2, 2009, Lima, Peru. Anais... Lima: Wapor, 2009.

CAMPBELL, A; KAHN, R. L. **The people elect a president**. Ann Arbor, MI: University of Michigan, 1952.

CAMPBELL, A; GURIN, G; MILLER, W. **The voter decides**. Evanston, IL: Row, Peterson, 1954.

CAMPBELL, Angus et al. **The American voter**. New York; London, John Wiley, 1960.

CARREIRÃO, Yan de Souza. Avaliação do governo e "voto econômico". In: **Lua Nova**, n.º48, págs. 213-232, 1999.

CARPINI, Michael X. Delli; KEETER, Scott. **What Americans know about politics and why it matters**. New Haven: Yale University Press, 1996.

CASSINO, Dan; LODGE, Milton. The primacy of affect in political evaluations. In: NEUMAN, Russel et. al. (eds.). **The affect effect: dynamics of emotion in political thinking behavior**. Chicago: Chicago Press, 2007.

CASTRO, Monica Mata Machado. Eleitorado brasileiro: composição e grau de participação. In: AVELAR, Lúcia; CINTRA, Antonio Octávio. (Orgs.). **Sistema político brasileiro: uma introdução**. São Paulo/Rio de Janeiro: Unesp/Konrad Adenauer, p. 285-294, 2004.

CHAMPION, D. J. **Research methods for criminal justice and criminology**. Nova Jersey: Pearson, 2006.

CLARKE, Harold D. et al. Men, women and the dynamics of presidential approval. **British Journal of Political Science**, v. 35, n. 01, p. 31-51, 2005.

COATE, Stephen; MORRIS, Stephen. On the form of transfers to special interests. **Journal of Political Economy**, p. 1210-1235, 1995.

COHEN, Jeffery E. **The presidency in the era of 24-hour news**. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2008.

CONOVER, Pamela Johnston; FELDMAN, Stanley. How people organize the political world: a schematic model. In: **American Journal of Political Science**, Vol. 28, No. 1, pp. 95-126, 1984.

CONOVER, Pamela Johnston; FELDMAN, Stanley; KNIGHT, Kathleen. Judging inflation and unemployment: The origins of retrospective evaluations. **Journal of Politics**, v. 48, n. 3, p. 565-88, 1986.

CONOVER, Pamela Johnston; FELDMAN, Stanley; KNIGHT, Kathleen. The personal and political underpinnings of economic forecasts. **American Journal of Political Science**, v. 31, n. 3, p. 559-583, 1987.

CRONIN, Thomas E. **The state of the presidency**. Boston: Little, Brown, 1980.

CRONIN, Thomas E.; GENOVESE, Michael A. **The paradoxes of the American presidency**. New York, NY: Oxford University Press, 1998.

DALTON, R. **The decline of party identifications**. In: RUSSEL, D; WATTENBERG, M. Parties without partisans. New York: Oxford University Press, pp. 19-36, 2000.

DAMÁSIO, António. **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

DEROUEN, Karl R. The indirect link: politics, the economy, and the use of force. **Journal of Conflict Resolution**, v. 39, n. 4, p. 671-695, 1995.

DRAZEN, Allan; ESLAVA, Marcela. **Political budget cycles when politicians have favorites**. In: <http://www.iies.su.se/seminars/papers/no_def_fav_52004.pdf>. 2004.

DORUSSEN, Han; TAYLOR, Michael (Ed.). **Economic voting**. London: Routledge, 2002.

DOWNS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia**. São Paulo: Edusp, 1999.

ECHEGARAY, Fabián. ¿Voto económico o referéndum político? Los determinantes de las elecciones presidenciales en América Latina, 1982-1994. **Desarrollo Económico**, p. 603-619, 1996.

EDWARDS, George C. **Presidential influence in Congress**. San Francisco: W. H. Freeman, 1980.

EDWARDS, George C.; GALLUP, Alec. **Presidential approval: a sourcebook**. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1990.

EICHENBERG, Richard C.; STOLL, Richard J.; LEBO, Matthew. War president the approval ratings of George W. Bush. **Journal of Conflict Resolution**, v. 50, n. 6, pp. 783-808, 2006.

EICHENBERG, Richard C; STOLL, Richard J. **The political fortunes of war: Iraq and the political standing of President George W. Bush**. London: The Foreign Policy Centre, 2004.

ELSTER, Jon. Rationality and the emotions. In: **The Economic Journal**, Vol. 106, n. 438, pp. 1386-1397, 1996.

_____. Emotions and economic theory. In: **Journal of Economic Literature**, Vol. 36, n. 1, pp. 47-74, 1998.

EMRICH, Cynthia G. et al. Images in words: Presidential rhetoric, charisma, and greatness. **Administrative Science Quarterly**, v. 46, n. 3, p. 527-557, 2001.

ERBRING, Lutz; GOLDENBERG, Edie N.; MILLER, Arthur H. Front-page news and real-world cues: A new look at agenda-setting by the media. **American Journal of Political Science**, p. 16-49, 1980.

ERIKSON, Robert S. The advantage of incumbency in congressional elections. **Polity**, v. 3, n. 3, p. 395-405, 1971.

ERIKSON, Robert S.; MACKUEN, Michael B.; STIMSON, James A. Bankers or peasants revisited: economic expectations and presidential approval. **Electoral Studies**, v. 19, n. 2, p. 295-312, 2000.

ERIKSON, Robert S.; MACKUEN, Michael B.; STIMSON, James A. **The macro polity**. Cambridge University Press, 2002.

FAIRBANKS, Michael. Mudança de mentalidade de um país: elementos de um processo para criar prosperidade. In: HARRISON, Lawrence E; HUNTINGTON, Samuel (Orgs.). **A cultura importa: os valores que definem o progresso humano**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

FELDMAN, Stanley. Economic self-interest and political behavior. **American Journal of Political Science**, p. 446-466, 1982.

FERREIRA, Alex Luiz; SAKURAI, Sérgio Naruhiko. Personal charisma or the economy?: Macroeconomic indicators of presidential approval ratings in Brazil. **Economia**, v. 14, n. 3, p. 214-232, 2013.

FIORINA, Morris P. Economic retrospective voting in American national elections: A micro-analysis. **American Journal of Political Science**, p. 426-443, 1978.

FIORINA, Morris. **Retrospective voting in American national elections**. New Haven: Yale University Press, 1981.

FORGAS, J. P. Affective influences on attitudes and judgments. In: DAVIDSON, R. J; SCHERER, K. J; GOLDSMITH, H. H. (eds.). **Handbook of affective sciences**. New York: Oxford University Press, pp. 596-618, 2003.

FOX, E. **Emotion science**. Houndmills, Basingstoke, Hampshire, UK: Palgrave Macmillan, 2008.

FREY, Bruno S.; STUTZER, Alois. Happiness and economics. How the economy and institutions affect well-being. Princeton: Princeton University Press. 2002.

FREY, Bruno S.; SCHNEIDER, Friedrich. An empirical study of politico-economic interaction in the United States. **The Review of Economics and Statistics**, v. 60, n. 2, p. 174-183, 1978a.

FREY, Bruno S.; SCHNEIDER, Friedrich. A politico-economic model of the United Kingdom. **The Economic Journal**, v. 88, n. 350, p. 243-253, 1978b.

FREY, Bruno S.; GARBERS, Hermann. Politico-econometrics'-on estimation in political economy. **Political Studies**, v. 19, n. 3, p. 316-320, 1971.

FRIJDA, Nico H. **The emotions**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

FRIJDA, Nico H; KUIPERS, Peter; SCHURE, Elisabeth. Relations among emotion, appraisal, and emotional action readiness. In: **Journal of Personality and Social Psychology**, vol. 57, n. 2, pp. 212–228, 1989.

FRIJDA, Nico H; MARKAM, S; SATO, K; WIERS, R. Emotions and emotion words. In: RUSSELL, J. A., FERNANDEZ-DOLS, J.M; MANSTEAD, A. S. R; WELLENKAMP, J. C. (eds) **Everyday conceptions of emotion: an introduction to the psychology, anthropology and linguistics of emotion**, Vol. 81, pp. 121-143. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 1995.

GALSTON, William A. If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution. ANDERSON, D. M.; CORNFIELD, M. **The civic web: online politics and democratic values**. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2003.

GEYS, Benny; VERMEIR, Jan. Taxation and presidential approval: separate effects from tax burden and tax structure turbulence? **Public Choice**, v. 135, n. 3-4, p. 301-317, 2008.

GEYS, Benny. Wars, presidents, and popularity the political cost(s) of war re-examined. **Public Opinion Quarterly**, v. 74, n. 2, p. 357-374, 2010.

GILENS, Martin. Gender and support for Reagan: a comprehensive model of presidential approval. **American Journal of Political Science**, p. 19-49, 1988.

GOODHART, C. A. E; BHANSALI, R.J., Political economy. **Political Studies**, vol. 18, n. 1, pp. 43-106, 1970.

GRAMACHO, Wladimir. Popularidade e economia no semipresidencialismo português. **Análise Social**, vol. XLIII, n. 188, p. 531-550, 2008.

GREEN, D. P; SHAPIRO, I. **Pathologies of rational choice theory**. New Haven: Yale University Press, 1994.

GRIER, Kevin B. Presidential elections and Federal Reserve policy: An empirical test. **Southern Economic Journal**, p. 475-486, 1987.

GRIER, Kevin B. On the existence of a political monetary cycle. **American Journal of Political Science**, p. 376-389, 1989.

GRIMM, Laurence G; YARNOLD, Paul R (eds.). **Reading and understanding more multivariate statistics**. Washington: American Psychological Association, 2002.

HALLER, H. Brandon; NORPOTH, Helmut. Let the good times roll: the economic expectations of US voters. **American Journal of Political Science**, p. 625-650, 1994.

HEALY, Andrew; MALHOTRA, Neil. Myopic voters and natural disaster policy. **American Political Science Review**. Vol. 103, n. 3, pp. 387-406, 2009.

HECLO, Hugh. Campaign and governing: a conspectus. ORNSTEIN, Norman J.; MANN, Thomas E. (Ed.). **The permanent campaign and its future**. American Enterprise Institute, 2000.

HIBBS, Douglas A. Political parties and macroeconomic policy. **American political science review**, v. 71, n. 04, p. 1467-1487, 1977.

HIBBS, Douglas A. **The American political economy**: macroeconomics and electoral politics. Harvard University Press, 1989.

HIBBS, Douglas A.; RIVERS, R. Douglas; VASILATOS, Nicholas. The dynamics of political support for American presidents among occupational and partisan groups. **American Journal of Political Science**, p. 312-332, 1982.

HIBBS, Douglas A.; VASILATOS, Nicholas. Economics and politics in France: economic performance and mass political support for presidents Pompidou and Giscard d'Estaing. **European Journal of Political Research**, v. 9, n. 2, p. 133-145, 1981.

HODLER, Roland; LOERTSCHER, Simon; ROHNER, Dominic. Inefficient policies and incumbency advantage. In: **Journal of Public Economics**, vol. 94, pp. 761-767, 2010.

HOLSTI, Ole Rudolf. **Public opinion and American foreign policy**. University of Michigan Press, 2009.

IYENGAR, Shanto. Television news and citizens' explanations of national affairs. **The American Political Science Review**, p. 815-831, 1987.

IYENGAR, Shanto. **Is anyone responsible?: how television frames political issues**. University of Chicago Press, 1994.

IYENGAR, Shanto; KINDER, Donald R. **News that matters**: television and American opinion. University of Chicago Press, 2010.

IYENGAR, Shanto; PETERS, Mark D.; KINDER, Donald R. Experimental demonstrations of the "not-so-minimal" consequences of television news programs. **The American Political Science Review**, p. 848-858, 1982.

IYENGAR, Shanto; PETERS, Mark D.; KROSNICK, Jon A. The evening news and presidential evaluations. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 46, n. 4, p. 778, 1984.

JAMES, Patrick; ONEAL, John R. The influence of domestic and international politics on the president's use of force. **Journal of Conflict Resolution**, v. 35, n. 2, p. 307-332, 1991.

JENTLESON, Bruce W. The pretty prudent public: post post-Vietnam American opinion on the use of military force. In: **International Studies Quarterly**. Vol. 36, n. 1, pp. 49-73, 1992.

KAHNEMAN, Daniel. A perspective on judgment and choice. In: **American Psychologist**. n.º 58, pp. 697-720, 2003.

_____. **Thinking, fast and slow**. New York: FSG, 2011.

KAHNEMAN, D; TVERSKY, A. **Choices, values and frames**. Cambridge, Cambridge University Press, 2000.

KALECKI, Michal. Political aspects of full employment. **The Political Quarterly**, v. 14, n. 4, p. 322-330, 1943.

KATZ, E; LAZARSELD, P. **Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications**. Glencoe, IL: Free Press, 1955.

KEY, Valdimer Orlando; CUMMINGS, Milton C. **The responsible electorate**. New York: Vintage Books, 1966.

KERNELL, Samuel. Explaining presidential popularity. How ad hoc theorizing, misplaced emphasis, and insufficient care in measuring one's variables refuted common sense and led conventional wisdom down the path of anomalies. **The American Political Science Review**, p. 506-522, 1978.

KIEWIET, D. Roderick; RIVERS, Douglas. A retrospective on retrospective voting. **Political Behavior**, v. 6, n. 4, p. 369-393, 1984.

KINDER, Donald R.; KIEWIET, D. Roderick. Economic discontent and political behavior: The role of personal grievances and collective economic judgments in congressional voting. **American Journal of Political Science**, p. 495-527, 1979.

KINDER, Donald R. Presidents, prosperity, and public opinion. **Public Opinion Quarterly**, v. 45, n. 1, p. 1-20, 1981.

KING, James D. Looking back at chief executives: Retrospective presidential approval. **Presidential Studies Quarterly**, v. 29, n. 1, p. 166-174, 1999.

KRAMER, Gerald H. Short-term fluctuations in US voting behavior, 1896–1964. **American Political Science Review**, v. 65, n. 01, p. 131-143, 1971.

KROSNICK, Jon A.; BRANNON, Laura A. The impact of the Gulf War on the ingredients of presidential evaluations: Multidimensional effects of political involvement. **American Political Science Review**, p. 963-975, 1993.

KROSNICK, Jon A.; KINDER, Donald R. Altering the foundations of support for the president through priming. **The American Political Science Review**, p. 497-512, 1990.

KUKLINSKI, James H; LUSKIN, Robert C. Where the schema? Going beyond the “s” word in political psychology. In: **The American Political Science Review**, vol. 85, n.º 4, pp. 1341-1356, 1991.

KUKLINSKI, James H; QUIRK, Paul J. Reconsidering the rational public: cognition, heuristics, and mass opinion. In: LUPIA, Arthur; McCUBBINS, Mathew D; POPKIN, Samuel L (eds). **Elements of reason: cognition, choice, and the bounds of rationality**. New York: Cambridge Univ. Press, pp. 153-82, 2000.

LADD, Jonathan McDonald. Predispositions and Public Support for the President during the War on Terrorism. **Public Opinion Quarterly**, v. 71, n. 4, p. 511-538, 2007.

LAKOFF, George. **Moral politics: how liberals and conservatives think**. Chicago: Chicago Press, 2002.

_____. **The political mind: why you can't understand 21st-century politics with 18th-century brain**. New York: Penguin Books, 2009.

LANDAU, Mark J. et al. Deliver us from evil: The effects of mortality salience and reminders of 9/11 on support for President George W. Bush. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 30, n. 9, p. 1136-1150, 2004.

LAU, Richard R.; SCHLESINGER, Mark. Policy frames, metaphorical reasoning, and support for public policies. **Political Psychology**, v. 26, n. 1, p. 77-114, 2005.

LAU, Richard R.; SEARS, David O. Cognitive links between economic grievances and political responses. **Political Behavior**, v. 3, n. 4, p. 279-302, 1981.

LAU, Richard R.; BROWN, Thad A.; SEARS, David O. Self-interest and civilians' attitudes toward the Vietnam War. **Public Opinion Quarterly**, v. 42, n. 4, p. 464-482, 1978.

LAZARUS, R. S. **Emotion and adaptation**. Oxford, UK: Oxford University Press, 1991.

LAZARUS, Richard S. Relational meaning and discrete emotions. In: SCHERER, Klaus R; SCHORR, Angela; JOHNSTONE, Tom (eds). **Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research**. New York: Oxford University Press, pp. 37-67, 2001.

LAVAREDA, Antonio. **Emoções ocultas e estratégias eleitorais**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LAZARUS, P. F.; BERELSON, B.; GAUDET, H. **The people's choice**: how the voter makes up his mind in a presidential campaign. New York: Columbia University Press, 1968.

LAZARUS, Richard S. Thoughts on the relations between emotion and cognition. In: **American Psychologist**, 37, pp. 1019-1024, 1982.

LeDOUX, Joseph. **The emotional brain**: the mysterious underpinnings of emotional life. New York: Simon and Schuster, 1996.

LEWIS, Michael, HAVILAND-JONES, Jeannette M; BARRET, Lisa Feldman. **Handbook of emotions**. New York: London, The Guilford Press, 2010.

LEWIS-BECK, Michael; STEGMAIER, Mary. Economic determinants of electoral outcomes. In: **Annual Review Political Science**, n.º 3, 2000.

LEWIS-BECK, Michael S. Economic conditions and executive popularity: the French experience. **American Journal of Political Science**, v. 24, n. 2, p. 306-323, 1980.

LEWIS-BECK, Michael S. **Economics and elections: the major Western democracies**. University of Michigan Press, 1990.

LEWIS-BECK, Michael. Introduction. In: NORPOHTH, Helmut; BECK, Michael S. Lewis; LAFAY, Jean Dominique (Ed.). **Economics and politics: The calculus of support**. Ann Arbor: University of Michigan Press, pp. 1-8, 1991.

LEWIS-BECK, Michael S.; PALDAM, Martin. Economic voting: an introduction. **Electoral studies**, v. 19, n. 2, p. 113-121, 2000.

LIAN, Bradley; ONEAL, John R. Presidents, the use of military force, and public opinion. **Journal of Conflict Resolution**, v. 37, n. 2, p. 277-300, 1993.

LODGE, Milton; TABER, Charles S. The automaticity of affect for political leaders, groups, and issues: an experimental test of the hot cognition hypothesis. In: **Political Psychology**, Vol. 26, No. 3, pp. 455-482, 2005.

_____. Three steps toward a theory of motivated political reasoning. In: LUPIA, Arthur; McCUBBINS, Mathew D; POPKIN, Samuel L (eds). **Elements of reason: cognition, choice, and the bounds of rationality**. New York: Cambridge Univ. Press, pp. 183-213, 2000.

LODGE, Milton; McGRAW, Kathleen; STROH, Patrick. An impression-driven model of candidate evaluation. In: **The American Political Science Review**, vol. 83, No. 2, pp. 399-419, 1989.

LUPIA, Arthur. Shortcuts versus encyclopedias: information and voting behavior in California insurance reform elections. In: **American Political Science Review**, vol. 88, No. 1, pp. 63-76, 1994.

LUPIA, Arthur; McCUBBINS, Mathew D. The institutional foundations of political competence: how citizens learn what they need to know. In: LUPIA, Arthur;

McCUBBINS, Mathew D; POPKIN, Samuel L (eds). **Elements of reason: cognition, choice, and the bounds of rationality.** New York: Cambridge Univ. Press, pp. 47-66, 2000.

LUPIA, Arthur; MENNING, Jesse O. When can politicians scare citizens into supporting bad policies?. **American Journal of Political Science**, v. 53, n. 1, p. 90-106, 2009.

MACKUEN, Michael B. Political drama, economic conditions, and the dynamics of presidential popularity. **American Journal of Political Science**, p. 165-192, 1983.

MACKUEN, Michael B.; ERIKSON, Robert S.; STIMSON, James A. Peasants or bankers? The American electorate and the US economy. **The American Political Science Review**, p. 597-611, 1992.

MACKUEN, Michael; et al. The third way: the theory of affective intelligence and American democracy. In: NEUMAN, Russel et. al. (eds.). **The affect effect: dynamics of emotion in political thinking behavior.** Chicago: Chicago Press, 2007.

MARRA, Robin F.; OSTROM, Charles W.; SIMON, Dennis M. Foreign policy and presidential popularity: Creating windows of opportunity in the perpetual election. **Journal of Conflict Resolution**, vol. 34, n. 4, pp. 588-623, 1990.

MARCUS, George E; MACKUEN, Michael B. Anxiety, enthusiasm, and the vote: the emotional underpinnings of learning and involvement during presidential campaigns. In: **The American Political Science Review**, vol. 87, n. 83, pp. 672-685, 1993.

MARCUS, George E; NEUMAN, Russell; MACKUEN, Michael. **Affective intelligence and political judgment.** Chicago: The University of Chicago Press, 2000.

MARCUS, George E. Emotions in politics. In: **Annual Review of Political Sciences**. vol.3, pp. 221-250, 2000.

_____. **The sentimental citizen: emotion in democratic politics.** University Park, PA: Penn State University Press, 2002.

MANTZAVINOS, C; NORTH, Douglass C; SHARIQ, Syed. Learning, institutions, and economic performance. In: **Perspectives on Politics**, vol. 2, págs. 75-84, 2004.

McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The agenda-setting function of mass media. **Public opinion quarterly**, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972.

McDERMOTT, Rose. Experimental methods in political science. In: **Annual Review of Political Sciences**. vol. 5, págs. 31-61, 2002.

_____. Cognitive neuroscience and politics: next steps. In: NEUMAN, Russel et. al. (eds.). **The affect effect: dynamics of emotion in political thinking behavior.** Chicago: Chicago Press, 2007.

McDERMOTT, Rose; FOWLER, James; SMIRNOV, Oleg. On the evolutionary origin of Prospect Theory preferences. In: **Journal of Politics**, n.º 70 vol. 2, pp. 335-350, 2008.

McGRAW, Kathleen M. Managing blame: an experimental test of the effects of political accounts. **The American Political Science Review**, p. 1133-1157, 1991.

McGRAW, Kathleen M. Contributions of the cognitive approach to political psychology. In: **Political Psychology**, Vol. 21, No. 4, pp. 805-832, 2000.

McGRAW, Kathleen; LODGE, Milton; STROH, Patrick. On-line processing in candidate evaluation: the effects of issue order, issue importance, and sophistication. In: **Political Behavior**, Vol. 12, No. 1, Cognition and Political Action, pp. 41-58, 1990.

MILLER, Joanne M.; KROSNICK, Jon A. News media impact on the ingredients of presidential evaluations: Politically knowledgeable citizens are guided by a trusted source. **American Journal of Political Science**, p. 301-315, 2000.

MONDAK, Jeffery J. Media exposure and political discussion in US elections. **Journal of Politics**, v. 57, n. 1, p. 62-85, 1995.

MONROE, Kristen R. Economic influences on presidential popularity. **Public Opinion Quarterly**, v. 42, n. 3, p. 360-369, 1978.

MUELLER, John E. Presidential popularity from Truman to Johnson. **The American Political Science Review**, v. 64, n. 1, p. 18-34, 1970.

MUELLER, John E. **War, presidents, and public opinion**. New York: Wiley, 1973.

MUNDIM, Pedro. Um modelo para medir os efeitos da cobertura da imprensa no voto: teste nas eleições de 2002 e 2006. **Opinião Pública**, v. 16, n. 2, p. 394-425, 2010.

NADEAU, Richard et al. Elite economic forecasts, economic news, mass economic judgments, and presidential approval. **Journal of Politics**, v. 61, p. 109-135, 1999.

NADEAU, Richard; NIEMI, Richard G.; AMATO, Timothy. Elite economic forecasts, economic news, mass economic expectations, and voting intentions in Great Britain. **European Journal of Political Research**, v. 38, n. 1, p. 135-170, 2000.

NANNESTAD, Peter; PALDAM, Martin. The VP-function: A survey of the literature on vote and popularity functions after 25 years. **Public Choice**, v. 79, n. 3-4, p. 213-245, 1994.

NANNESTAD, Peter; PALDAM, Martin. The cost of ruling: a foundation stone for two theories. DORUSSEN, Han; TAYLOR, Michael (Ed.). **Economic voting**. London: Routledge, pp. 17-44, 2002.

NAKAGUMA, Marcos Yamada; BENDER, Siegfried. Ciclos políticos e resultados eleitorais: um estudo sobre o comportamento do eleitor brasileiro. **Revista Brasileira de Economia**, v. 64, n. 1, p. 3-24, 2010.

NAKAGUMA, M. Y; BENDER, S. A emenda da reeleição e a lei de responsabilidade fiscal: Impactos sobre ciclos políticos e performance fiscal dos estados (1986-2002). **Revista de Economia Aplicada**, vol. 10, n. 3, pp. 377-397, 2006.

NELSON, Thomas E.; KINDER, Donald R. Issue frames and group-centrism in American public opinion. **The Journal of Politics**, v. 58, n. 04, p. 1055-1078, 1996.

NEWMAN, Brian; FORCEHIMES, Andrew. "Rally round the flag" events for presidential approval research. **Electoral Studies**, v. 29, n. 1, p. 144-154, 2010.

NEUMAN, W. Russell. The threshold of public attention. **Public Opinion Quarterly**, v. 54, n. 2, p. 159-176, 1990.

NEUSTADT, Richard E. Presidency and legislation: planning the President's program. **The American Political Science Review**, v. 49, n. 4, p. 980-1021, 1955.

NEUSTADT, Richard E. **Presidential power: the politics of leadership from FDR to Carter**. New York: Wiley, 1980.

NORDHAUS, William D. The political business cycle. **The Review of Economic Studies**, v. 42, n. 2, p. 169-190, 1975.

NORPOTH, Helmut. Presidents and the prospective voter. **Journal of Politics**, v. 58, p. 776-792, 1996.

NORTH, D. **Understanding the process of economic change**. Oxford: Oxford University Press, 2005.

OSTROM JR, Charles W.; SIMON, Dennis M. Promise and performance: A dynamic model of presidential popularity. **The American Political Science Review**, p. 334-358, 1985.

OSTROM JR, Charles W.; SIMON, Dennis M. The president's public. **American Journal of Political Science**, p. 1096-1119, 1988.

PALDAM, Martin. The distribution of election results and the two explanations of the cost of ruling. **European Journal of Political Economy**, v. 2, n. 1, p. 5-24, 1986.

PALDAM, Martin. How robust is the vote function? A study of seventeen nations over four decades. NORPOHTH, Helmut; BECK, Michael S. Lewis; LAFAY, Jean Dominique (Ed.). **Economics and politics: The calculus of support**. University of Michigan Press, pp. 9-31, 1991.

PALDAM, Martin. Vote and popularity functions. ROWLEY, Charles Kershaw; SCHNEIDER, Friedrich G. (Ed.). **Readings in public choice and constitutional political economy**. Springer, 2008.

PALDAM, Martin; SKOTT, Peter. A rational-voter explanation of the cost of ruling. **Public Choice**, v. 83, n. 1-2, p. 159-172, 1995.

PAGE, Benjamin I.; SHAPIRO, Robert Y. **The rational public: fifty years of trends in Americans' policy preferences**. University of Chicago Press, 2010.

PANAGOPOULOS, Costas. Ex-presidential approval: retrospective evaluations of presidential performance. **Presidential Studies Quarterly**, v. 42, n. 4, p. 719-729, 2012.

PEFFLEY, Mark. The voter as juror: Attributing responsibility for economic conditions. **Political Behavior**, v. 6, n. 3, p. 275-294, 1984.

PELTZMAN, Sam. Voters as fiscal conservatives. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 107, n. 2, p. 327-361, 1992.

PEREIRA, Carlos; POWER, Timothy; RENNÓ, Lúcio. Opinião pública, estratégia presidencial e ação do congresso no Brasil: "quem manda?". **Opinião Pública**, v. 11, n. 2, p. 401-421, 2005.

POPKIN, Samuel L. **The reasoning voter: communication and persuasion in presidential campaigns**. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

PORTO, Mauro Pereira. **Televisão e política no Brasil: a Rede Globo e as interpretações da audiência**. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2007.

POWELL JR, G. Bingham; WHITTEN, Guy D. A cross-national analysis of economic voting: taking account of the political context. **American Journal of Political Science**, p. 391-414, 1993.

PRIOR, Markus. News vs. entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout. **American Journal of Political Science**, v. 49, n. 3, p. 577-592, 2005.

PRIOR, Markus. **Post-broadcast democracy: how media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections**. New York: Cambridge University Press, 2007.

RAGSDALE, Lyn. The politics of presidential speechmaking, 1949-1980. **The American Political Science Review**, p. 971-984, 1984.

RAGSDALE, Lyn. Presidential speechmaking and the public audience: Individual presidents and group attitudes. **The Journal of Politics**, v. 49, n. 03, p. 704-736, 1987.

REDLAWSK, D. Hot cognition or cool consideration: testing the effects of motivated reasoning on political decision making. In: **Journal of Politics**, 64, 1021-1044, 2002.

_____. Feeling politics: new research into emotion and politics. In: REDLAWSK, David P (ed.). **Feeling politics: emotion in political information processing**. London: Palgrave MacMillan, 2006.

RIVERS, Douglas; ROSE, Nancy L. Passing the president's program: public opinion and presidential influence in Congress. **American Journal of Political Science**, v. 29, n. 2, p. 183-196, 1985.

ROGOFF, Kenneth. Equilibrium political budget cycles. **American Economic Review**, vol. 80, n. 1, pp. 21-36, 1990.

ROGOFF, Kenneth; SIBERT, Anne. Elections and macroeconomic policy cycles. **The Review of Economic Studies**, v. 55, n. 1, p. 1-16, 1988.

ROHDE, David W.; SIMON, Dennis M. Presidential vetoes and congressional response: A study of institutional conflict. **American Journal of Political Science**, p. 397-427, 1985.

ROTHMAN, Stanley; LICHTER, S. Robert. Elite ideology and risk perception in nuclear energy policy. **The American Political Science Review**, p. 383-404, 1987.

SAKURAI, S. N. Ciclos políticos nas funções orçamentárias dos municípios brasileiros: uma análise para o período 1990-2005 via dados em painel. **Estudos Econômicos**, vol. 39, pp. 39-58, 2009.

SCHERER, K. R. Emotion as a process: function, origin, and regulation. In: **Social Science Information**. Vol. 21, pp.555-570, 1982.

SCHERER, Klaus R. The nature and study of appraisal: a review of the issues. SCHERER, Klaus R; SCHORR, Angela; JOHNSTONE, Tom (Org.), **Appraisal process in emotion: Theory, methods, research**. New York: Oxford University Press, pp. 369-391, 2001.

SCHERER, K. R. Introduction: cognitive components of emotion. In DAVIDSON, R. J; SCHERER, Klaus; GOLDSMITH, Hill. **Handbook of affective sciences**. Oxford: Oxford University Press, pp. 563-673, 2003.

SCHERER, Klaus R. What are emotions? And how can they be measured? In: **Social Science Information**. Vol.44, n. 4, pp. 695-729, 2005.

SCHEUFELE, Dietram A.; TEWKSBURY, David. Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. **Journal of communication**, v. 57, n. 1, p. 9-20, 2007.

SCHREIBER, Darren. Political cognition as social cognition: are we all political sophisticates. In: NEUMAN, Russel et. al. (eds.). **The affect effect: dynamics of emotion in political thinking behavior**. Chicago: Chicago Press, 2007.

SCHUMPETER, Joseph Alois; FELS, Rendigs. **Business cycles**. New York: McGraw-Hill, 1939.

SEARS, David O. et al. Self-interest vs. symbolic politics in policy attitudes and presidential voting. **The American Political Science Review**, p. 670-684, 1980.

SEARS, David O.; HENSLER, Carl P.; SPEER, Leslie K. Whites' opposition to "busing": self-interest or symbolic politics?. **The American Political Science Review**, p. 369-384, 1979.

SHAH, Dhavan V. et al. News framing and cueing of issue regimes: Explaining Clinton's public approval in spite of scandal. **Public Opinion Quarterly**, v. 66, n. 3, p. 339-370, 2002.

SHIENBAUM, Kim Ezra; SHIENBAUM, Ervin. Public Perceptions of Presidential Economic Performance: From Johnson to Carter. **Presidential Studies Quarterly**, p. 421-427, 1982.

SHWEDER, Richard A. Mapas morais, presunções de “primeiro mundo” e os novos evangelistas. In: HARRISON, Lawrence E; HUNTINGTON, Samuel (Orgs.). **A cultura importa: os valores que definem o progresso humano**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

SIGELMAN, Lee; CONOVER, Pamela Johnston. The dynamics of presidential support during international conflict situations: The Iranian hostage crisis. **Political Behavior**, v. 3, n. 4, p. 303-318, 1981.

SIMON, Dennis M.; OSTROM, Charles W. The impact of televised speeches and foreign travel on presidential approval. **Public Opinion Quarterly**, v. 53, n. 1, p. 58-82, 1989.

SIMON, Herbert. Human nature in politics: the dialogue of psychology with political science. In: **American Political Science Review**. vol. 79, pp. 293–304, 1985.

SMITH, Craig; LAZARUS, Richard. Emotion and adaptation. In: PERVIN, L. A. **Handbook of personality: theory and research**. New York: Guilford, pp. 609-637, 1990.

SNIDERMAN, Paul M.; BRODY, Richard A. Coping: The ethic of self-reliance. **American Journal of Political Science**, p. 501-521, 1977.

SNIDERMAN, Paul M.; THERIAULT, Sean M. The structure of political argument and the logic of issue framing. SARIS, Willem E.; SNIDERMAN, Paul M. **Studies in Public Opinion**. Princeton, NJ: Princeton University Press, 133-165, 2004.

STIGLER, George J. General economic conditions and national elections. **The American Economic Review**, v. 63, n. 2, p. 160-167, 1973.

STIMSON, James A. Public support for American presidents a cyclical model. **Public Opinion Quarterly**, v. 40, n. 1, p. 1-21, 1976.

SWEENEY, P; GRUBER, K. Selective exposure: voter information preferences and the Watergate affair. In: **Journal of Personality and Social Psychology**, 46, pp. 1208-1221, 1984.

TYLER, Tom R. Personalization in attributing responsibility for national problems to the president. **Political Behavior**, v. 4, n. 4, p. 379-399, 1982.

TUFTE, Edward R. Determinants of the outcomes of midterm congressional elections. **The American Political Science Review**, v. 69, n. 3, p. 812-826, 1975.

TUFTE, Edward R. **Political control of the economy**. Princeton: Princeton University Press, 1980.

VALENTINO, N. A; HUTCHINGS, V. L; BANKS, A. J; DAVIS, A. K. Is a worried citizen a good citizen? Emotions, political information seeking, and learning via the internet. In: **Political Psychology**. vol. 29, n. 2, pp. 247-273, 2008.

VALENTINO, Nicholas A. et al. Selective exposure in the Internet age: The interaction between anxiety and information utility. **Political Psychology**, v. 30, n. 4, p. 591-613, 2009.

WEAVER, R. Kent. The politics of blame avoidance. **Journal of Public Policy**, vol. 6, pp. 371-398, 1986.

WEYLAND, Kurt. Neopopulism and neoliberalism in Latin America: Unexpected affinities. **Studies in Comparative International Development**, v. 31, n. 3, p. 3-31, 1996.

WEYLAND, Kurt. Risk taking in Latin American economic restructuring: lessons from prospect theory. In: **International Studies Quarterly**. Vol. 40, n. 2, pp. 185-207, 1996.

WESTEN, Drew. **The political brain**: the role of emotion in deciding the fate of the nation. New York: Public Affairs, 2008.

WILLIAMS, John T. The political manipulation of macroeconomic policy. **The American Political Science Review**, p. 767-795, 1990.

ZAJONC, R. On the primacy of affect. In: **American Psychologist**, 39, pp. 117-123, 1984.

Anexo 1 – Lista de variáveis

Variável	Questão	Comando	Tabela
Sexo	PF.3 Sexo (ANOTE) 1 Masculino 2 Feminino	RECODE Sexo (1=0) (2=1) INTO Feminino. EXECUTE. RECODE Sexo (1=1) (2=0) INTO Masculino. EXECUTE.	Tabela 3/ Tabela 4/ Tabela 6
Escolaridade	P.34 Até que ano da escola você estudou? 1. Analfabeto/ primário incompleto; 2. Primário completo/ ginásial incompleto; 3. Ginásial completo; 4. Colegial incompleto; 5. Colegial completo; 6. Superior incompleto; 7. Superior completo; 8. Pós graduação	RECODE escola (1=1) (2=1) (3 THRU 6=2) (7 THRU 8=3) INTO Escolaridade. EXECUTE.	Tabela 4/ Tabela 6
Faixa Etária	PF.2 Qual a sua idade ? 1 16 a 24 anos 2 25 a 34 anos 3 35 a 44 anos 4 45 a 59 anos 5 60 anos ou mais	RECODE idade (3 thru 4=3) (ELSE=Copy) INTO FaixaEtária. EXECUTE.	Tabela 4/ Tabela 6
Região	Região	RECODE regioao (1=1) (2=1) (3=2) (4=3) INTO Regia_BIN. EXECUTE.	Tabela 4/ Tabela 6
Prospectivo	P.11 Na sua opinião, daqui para frente a inflação vai aumentar, diminuir ou ficar como está? E o desemprego, vai aumentar diminuir ou ficar como está? E o poder de compra dos salários vai aumentar, diminuir ou ficar como está? P.12 Na sua opinião, nos próximos meses, a situação econômica do país vai melhorar, vai piorar ou vai ficar como está? E no seu caso pessoal, você acha que a sua situação econômica vai melhorar, vai piorar ou vai ficar como está?	RECODE p11a (1=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Neg1. EXECUTE. RECODE p11b (5=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Neg2. EXECUTE. RECODE p11c (10=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Neg3. EXECUTE. RECODE p12a (14=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Neg4. EXECUTE. RECODE p12b (18=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Neg5. EXECUTE. COMPUTE Prosp_Posit=Prosp_Posit1 + Prosp_Posit2 + Prosp_Posit3 + Prosp_Posit4 + Prosp_Posit5. EXECUTE. COMPUTE Prosp_Posit=Prosp_Posit / 5. EXECUTE. RECODE p11a (2=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Posit1. EXECUTE. RECODE p11b (6=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Posit2.	Tabela 3/ Tabela 4/ Tabela 6

		EXECUTE. RECODE p11c (9=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Posit3. EXECUTE. RECODE p12a (13=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Posit4. EXECUTE. RECODE p12b (17=1) (ELSE=0) INTO Prosp_Posit5. EXECUTE.	
Retrospectivo	P.8 Você diria que a presidente Dilma, nesses dois anos de governo 1 fez pelo país mais do que você esperava, 2 fez pelo país o que você esperava que ela fizesse 3 fez pelo país menos do que você esperava?	RECODE P8 (1=1) (2=1) (3=2) INTO Retrospectiva. EXECUTE.	Tabela 3/ Tabela 4/ Tabela 6
Ideologia	P.16 Agora eu vou ler algumas frases e gostaria de saber com qual você concorda mais: 1 Possuir uma arma legalizada deveria ser um direito do cidadão para se defender OU 2 A posse de armas deve continuar proibida, pois representa ameaça à vida de outras pessoas? 3 Boa parte da pobreza está ligada à preguiça de pessoas que não querem trabalhar OU 4 Boa parte da pobreza está ligada à falta de oportunidades iguais para que todos possam subir na vida? 5 Pessoas pobres de outros países e Estados que vêm trabalhar em São Paulo acabam criando problemas para a cidade OU 6 Pessoas pobres de outros países e Estados que vêm trabalhar em São Paulo contribuem com o desenvolvimento e a cultura da cidade? 7 A maior causa da criminalidade é a falta de oportunidades iguais para todos OU 8 A maior causa da criminalidade é a maldade das pessoas? 9 A pena de morte é a melhor punição para indivíduos que cometem crimes graves OU 10 Não cabe à Justiça matar uma pessoa, mesmo que ela tenha cometido um crime grave? 11 O uso de drogas deve ser proibido porque toda a sociedade sofre com as consequências OU 12 O uso de drogas não deve ser proibido,	RECODE p16a (1=1) (2=0) INTO p16a1. EXECUTE. RECODE p16b (3=1) (4=0) INTO p16b1. EXECUTE. RECODE p16c (5=1) (6=0) INTO p16c1. EXECUTE. RECODE p16d (8=1) (7=0) INTO p16d1. EXECUTE. RECODE p16e (9=1) (10=0) INTO p16e1. EXECUTE. RECODE p16f (11=1) (12=0) INTO p16f1. EXECUTE. RECODE p16g (14=1) (13=0) INTO p16g1. EXECUTE. RECODE p16h (15=1) (16=0) INTO p16h1. EXECUTE. RECODE p16i (18=1) (17=0) INTO p16i1. EXECUTE. RECODE p16j (24=1) (23=0) INTO p16j1. EXECUTE. Compute Ideolog=(p16a1 + p16b1 + p16c1 + p16d1 + p16e1 + p16f1 +	Tabela 3/ Tabela 4/ Tabela 5/ Tabela 6

	<p>porque é o usuário que sofre com as consequências?</p> <p>13 O homossexualismo deve ser aceito por toda a sociedade OU 14 O homossexualismo deve ser desencorajado por toda a sociedade?</p> <p>15 Acreditar em Deus torna as pessoas melhores OU 16 Acreditar em Deus não necessariamente torna uma pessoa melhor?</p> <p>17 Os sindicatos são importantes para defender os interesses dos trabalhadores OU 18 Os sindicatos servem mais para fazer política do que defender os trabalhadores?</p> <p>23 Adolescentes que cometem crimes devem ser reeducados OU 24 Adolescentes que cometem crimes devem ser punidos como adultos?</p>	<p>p16g1 + p16h1 + p16i1 + p16j1) / 10. EXECUTE.</p> <p>RECODE Ideolog (0 THRU 0.59=0) (0.6 THRU 1=1) INTO Ideolog2. EXECUTE.</p> <p>RECODE Ideolog2 (1=0) (0=1). EXECUTE.</p>	
Simpatia partidária	P.17 Qual é o seu partido político de preferência?	RECODE partido (2=1) (4=2) (9=3) (ELSE=4) INTO Partido1. EXECUTE.	Tabela 3/ Tabela 4/ Tabela 5/ Tabela 6
Eleitor sociotrópico	Componente da análise fatorial (Tabela 2)		Tabela 4/ Tabela 6
Eleitor egotrópico	Componente da análise fatorial (Tabela 2)		Tabela 4/ Tabela 6
Confiança na presidência	P. 13 Você diria que confia muito, confia um pouco ou não confia: a. na Presidência da República?	RECODE p13a (1=1) (2=1) (3=2) INTO Confiança. EXECUTE.	Tabela 4/ Tabela 6
Expectativa Governo Dilma	P.10 E na sua opinião, daqui para frente a presidente Dilma Rousseff fará um governo:	RECODE p10 (1=1) (2=1) (4=2) (5=2) (3=3) INTO EXP_Gov. EXECUTE.	Tabela 4/ Tabela 6
Avaliação do governo Lula	P.14 Na sua opinião, o ex-presidente Lula realizou um governo:	RECODE p14 (1=1) (2=1) (4=2) (5=2) (3=3) INTO Gov_Lula. EXECUTE.	Tabela 4/ Tabela 6
Exposição a jornais impressos (dias)	P19) Quantos dias por semana, <u>de segunda a domingo</u> , o(a) sr(a) lê jornal impresso?	RECODE P19 (8=1) (1 THRU 2=2) (3 THRU 6=3) (7=4) INTO Dias_Jornal. EXECUTE.	Tabela 16
Exposição a Revistas (dias)	P25) O(A) sr(a) tem costume de ler revistas impressas? (CASO SIM) E quantos dias por semana, de segunda a domingo, o(a) sr(a) lê revistas impressas?	RECODE P25 (8=1) (1 THRU 2=2) (3 THRU 6=3) (7=4) INTO Dias_Revista. EXECUTE.	Tabela 16
Exposição à Internet (horas)	P29) O(A) sr(a) tem costume de usar a Internet? (CASO SIM) E quantos dias por semana, <u>de segunda a domingo</u> , o(a) sr(a) usa internet?	RECODE P32 (1 THRU 120=1) (121 THRU 360=2) (361 THRU 600=3) (601 THRU 1440=4) INTO Horas_Int2. EXECUTE.	Tabela 16
Exposição à TV (horas)	P04) De <u>segunda à sexta-feira</u> , quando o(a) sr(a) vê TV, quantas horas costuma assistir num dia?	RECODE P4 (0 THRU 120=1) (121 THRU 360=1) (361 THRU 600=2) (601 THRU 1200=3) (1201 THRU 1440=4) INTO Horas_TV2. EXECUTE.	Tabela 16
Exposição à Rádio (horas)	P11) De <u>segunda à sexta-feira</u> , quando o(a) sr(a) ouve rádio, quantas horas costuma ouvir num dia?	RECODE P11 (0 THRU 120=1) (121 THRU 360=1) (361 THRU 600=2) (601 THRU 1200=3) (1201 THRU 1440=4) INTO Horas_Rádio2. EXECUTE.	Tabela 16

Confiança nas notícias de jornais impressos	P62) [CARTELA 2] Agora gostaria de saber quanto o(a) sr(a) confia nas notícias que circulam nos diferentes meios de comunicação. O(a) sr(a) confia sempre, confia muitas vezes, confia poucas vezes ou nunca confia: Nas notícias dos jornais impressos?	RECODE P6103 (1=1) (2=2) (3=2) (4=3) INTO Conf_NewsJornais. EXECUTE.	Tabela 16
Conhecimento político	<p>P63) Pelo que o(a) sr(a) sabe ou ouviu falar, em qual dessas áreas que eu vou ler o Governo Federal gastou mais dinheiro do Orçamento em 2012: Forças Armadas, Previdência Social ou Estradas?</p> <p>P64) Falando sobre a aposentadoria de quem trabalha com carteira assinada, ou seja, com registro em carteira, pelo que o(a) sr(a) sabe ou ouviu falar, quem é o responsável por pagar esse tipo de aposentadoria: a Prefeitura, o Governo do Estado ou o Governo Federal?</p> <p>P65) Pelo que o(a) sr(a) sabe ou ouviu falar, quem é o responsável por representar o Brasil nas relações com outros países: o Prefeito, o Governador ou o Presidente da República?</p> <p>P66) E pelo que o(a) sr(a) sabe ou ouviu falar, o principal responsável pelo controle da inflação é o Governo Municipal, Estadual ou Federal?</p>	<p>RECODE P63 (2=1) (ELSE = 0) INTO P63Conhe. EXECUTE.</p> <p>RECODE P64 (3=1) (ELSE = 0) INTO P64Conhe. EXECUTE.</p> <p>RECODE P65 (3=1) (ELSE = 0) INTO P65Conhe. EXECUTE.</p> <p>RECODE P66 (3=1) (ELSE = 0) INTO P66Conhe. EXECUTE.</p> <p>COMPUTE Conhec=(P63Conhe + P64Conhe + P65Conhe + P66Conhe) / 4. EXECUTE.</p> <p>RECODE Conhec (0=1) (0.25=1) (0.5=2) (0.75=3) (1=3) INTO Conhec1. EXECUTE.</p>	Tabela 16

Anexo 2 – Teste de amostras independentes

Teste de amostras independentes

Gostaria de saber quanto o(a) sr(a) confia nas notícias que circulam nos diferentes meios de comunicação:		Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2 extremidades)	Diferença média	Erro padrão de diferença	95% Intervalo de confiança da diferença	
									Inferior	Superior
nas notícias da TV?	Variâncias iguais assumidas	28,556	,000	16,258	9480	,000	,30196	,01857	,26555	,33837
	Variâncias iguais não assumidas			16,089	8084,130	,000	,30196	,01877	,26517	,33875
nas notícias de rádio?	Variâncias iguais assumidas	7,879	,005	14,015	5910	,000	,32765	,02338	,28182	,37348
	Variâncias iguais não assumidas			13,903	4853,008	,000	,32765	,02357	,28145	,37385
nas notícias dos jornais impressos?	Variâncias iguais assumidas	29,504	,000	6,251	2419	,000	,22109	,03537	,15173	,29046
	Variâncias iguais não assumidas			6,196	2244,512	,000	,22109	,03568	,15112	,29107
nas notícias de revistas?	Variâncias iguais assumidas	,043	,836	4,631	1439	,000	,20601	,04448	,11875	,29327
	Variâncias iguais não assumidas			4,622	1401,854	,000	,20601	,04457	,11857	,29345
nas notícias de sites?	Variâncias iguais assumidas	36,829	,000	9,289	4457	,000	,22335	,02404	,17621	,27049
	Variâncias iguais não assumidas			9,289	4454,527	,000	,22335	,02405	,17621	,27049
nas notícias de blogs?	Variâncias iguais assumidas	18,195	,000	7,924	4377	,000	,18682	,02358	,14060	,23304
	Variâncias iguais não assumidas			7,924	4376,484	,000	,18682	,02358	,14060	,23304
nas notícias de redes sociais?	Variâncias iguais assumidas	24,851	,000	7,392	4443	,000	,17899	,02421	,13152	,22646
	Variâncias iguais não assumidas			7,392	4442,000	,000	,17899	,02421	,13152	,22646

Anexo 3 – Importância do governo

Resumo do modelo

	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa
Modelo 1	,393 ^a	,154	,150	,94209

a. Preditores: (Constante), Conhec, Dias_Revista, Horas_Int2, Horas_TV2, Conf_NewsJornais2, Horas_Rádio, Dias_Jornal, Escolaridade, IDADE

Análise de variância

		Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	F	Sig.	
Modelo	1	Regressão	309,742	9	34,416	38,777	,000 ^b
		Resíduos	1695,626	1911	,888		
		Total	2005,369	1920			

a. Variável dependente: IntGovFed2

b. Preditores: (Constante), Conhec, Dias_Revista, Horas_Int2, Horas_TV2, Conf_NewsJornais2, Horas_Rádio, Dias_Jornal, Escolaridade, IDADE

Coeficientes de correlação

		Conhecimento	Dias_Revista	Horas_Int2	Horas_TV2	Conf_NewsJornais	Horas_Rádio	Dias_Jornal	Escolaridade	Idade
Correlações	Conhec	1,000	,016	-,007	,010	-,066	,061	-,081	-,212	-,141
	Dias_Revista	,016	1,000	-,052	,017	-,059	-,058	-,091	-,060	-,101
	Horas_Int2	-,007	-,052	1,000	-,041	-,012	-,031	,011	-,035	,224
	Horas_TV2	,010	,017	-,041	1,000	,082	-,120	-,020	,092	-,008
	Conf_NewsJornais2	-,066	-,059	-,012	,082	1,000	,020	-,036	-,014	-,030
	Horas_Rádio	,061	-,058	-,031	-,120	,020	1,000	,056	,082	-,051
	Dias_Jornal	-,081	-,091	,011	-,020	-,036	,056	1,000	-,028	-,171
	Escolaridade	-,212	-,060	-,035	,092	-,014	,082	-,028	1,000	-,016
	IDADE	-,141	-,101	,224	-,008	-,030	-,051	-,171	-,016	1,000
	Covariâncias	Conhec	,009	4,479E-05	-1,829E-05	5,232E-05	,000	,000	,000	-,001
Dias_Revista		4,479E-05	,001	-4,347E-05	2,637E-05	-4,474E-05	-3,911E-05	-7,119E-05	-6,389E-05	-5,320E-06
Horas_Int2		-1,829E-05	-4,347E-05	,001	-6,214E-05	-9,211E-06	-2,095E-05	9,011E-06	-3,742E-05	1,191E-05
Horas_TV2		5,232E-05	2,637E-05	-6,214E-05	,003	,000	,000	-2,889E-05	,000	-7,643E-07
Conf_NewsJornais2		,000	-4,474E-05	-9,211E-06	,000	,001	1,201E-05	-2,577E-05	-1,385E-05	-1,422E-06
Horas_Rádio		,000	-3,911E-05	-2,095E-05	,000	1,201E-05	,001	3,534E-05	7,099E-05	-2,176E-06
Dias_Jornal		,000	-7,119E-05	9,011E-06	-2,889E-05	-2,577E-05	3,534E-05	,001	-2,810E-05	-8,476E-06
Escolaridade		-,001	-6,389E-05	-3,742E-05	,000	-1,385E-05	7,099E-05	-2,810E-05	,001	-1,109E-06
IDADE		-2,451E-05	-5,320E-06	1,191E-05	-7,643E-07	-1,422E-06	-2,176E-06	-8,476E-06	-1,109E-06	3,319E-06

Anexo 4 – Escolaridade e exposição à mídia

Teste de amostras independentes – exposição à mídia por escolaridade

		Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2 extremidades)	Diferença média	Erro padrão de diferença	95% Intervalo de confiança da diferença	
									Inferior	Superior
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) vê TV, quantas horas costuma assistir num dia?	Variâncias iguais assumidas	23,556	,000	3,292	17034	,001	8,566	2,602	3,465	13,666
	Variâncias iguais não assumidas			3,291	16959,919	,001	8,566	2,603	3,464	13,667
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) ouve rádio, quantas horas costuma ouvir num dia?	Variâncias iguais assumidas	3,007	,083	3,641	10391	,000	14,643	4,022	6,760	22,527
(Espontânea)	Variâncias iguais não assumidas			3,630	10039,865	,000	14,643	4,033	6,737	22,550
Quando o(a) sr(a) lê jornal impresso, por quantas horas costuma ler num dia?	Variâncias iguais assumidas	,002	,961	-,377	4294	,706	-1,252	3,323	-7,768	5,263
	Variâncias iguais não assumidas			-,394	3270,906	,694	-1,252	3,182	-7,491	4,986
Quando o(a) sr(a) lê revistas impressas, por quantas horas costuma ler num dia?	Variâncias iguais assumidas	,318	,573	-,164	2422	,869	-,637	3,874	-8,234	6,959
	Variâncias iguais não assumidas			-,171	1127,482	,864	-,637	3,731	-7,958	6,683
De segunda a sexta-feira, quando o(a) sr(a) usa a internet, por quantas horas costuma usar num dia?	Variâncias iguais assumidas	2424,515	,000	-51,314	18310	,000	-127,903	2,493	-132,789	-123,018
	Variâncias iguais não assumidas			-51,349	13844,373	,000	-127,903	2,491	-132,786	-123,021

Anexo 5 – Teste de amostra independente aprovação e exposição à mídia

		Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2 extremidades)	Diferença média	Erro padrão de diferença	95% Intervalo de confiança da diferença	
									Inferior	Superior
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) vê TV, quantas horas costuma assistir num dia?	Variâncias iguais assumidas	82,451	,000	-7,207	9241	,000	-26,219	3,638	-33,351	-19,087
	Variâncias iguais não assumidas			-6,949	7033,543	,000	-26,219	3,773	-33,615	-18,822
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) ouve rádio, quantas horas costuma ouvir num dia? (Espontânea)	Variâncias iguais assumidas	9,156	,002	-2,625	5664	,009	-15,987	6,090	-27,926	-4,048
	Variâncias iguais não assumidas			-2,426	3547,436	,015	-15,987	6,589	-28,906	-3,068
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) ouve rádio, quantas horas costuma ouvir num dia? (Espontânea) (minuto)	Variâncias iguais assumidas	79,956	,000	-4,727	9955	,000	-468,959	99,202	-663,416	-274,502
	Variâncias iguais não assumidas			-4,711	8731,442	,000	-468,959	99,553	-664,105	-273,812
Quando o(a) sr(a) lê jornal impresso, por quantas horas costuma ler num dia?	Variâncias iguais assumidas	,000	,984	,115	2311	,909	,565	4,936	-9,114	10,245
	Variâncias iguais não assumidas			,114	2171,205	,909	,565	4,963	-9,168	10,299
Quando o(a) sr(a) lê revistas impressas, por quantas horas costuma ler num dia?	Variâncias iguais assumidas	,037	,847	-,423	1348	,673	-1,884	4,457	-10,628	6,859
	Variâncias iguais não assumidas			-,418	1232,463	,676	-1,884	4,508	-10,728	6,959
De segunda a sexta-feira, quando o(a) sr(a) usa a internet, por quantas horas costuma usar num dia?	Variâncias iguais assumidas	44,238	,000	-7,440	4693	,000	-46,481	6,248	-58,729	-34,232
	Variâncias iguais não assumidas			-7,425	4524,478	,000	-46,481	6,260	-58,753	-34,208

Anexo 6 – Teste de amostra independente saúde como principal problema e exposição à mídia

		Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2 extremidades)	Diferença média	Erro padrão de diferença	95% Intervalo de confiança da diferença	
									Inferior	Superior
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) vê TV, quantas horas costuma assistir num dia?	Variâncias iguais assumidas	,051	,822	,739	17034	,460	2,069	2,799	-3,416	7,555
	Variâncias iguais não assumidas			,756	11090,369	,450	2,069	2,737	-3,295	7,434
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) ouve rádio, quantas horas costuma ouvir num dia? (Espontânea)	Variâncias iguais assumidas	2,412	,120	-1,037	10391	,300	-4,472	4,311	-12,922	3,979
	Variâncias iguais não assumidas			-,952	5327,068	,341	-4,472	4,698	-13,682	4,738
Quando o(a) sr(a) lê jornal impresso, por quantas horas costuma ler num dia?	Variâncias iguais assumidas	28,102	,000	4,099	4294	,000	14,180	3,459	7,399	20,962
	Variâncias iguais não assumidas			4,952	3597,289	,000	14,180	2,863	8,566	19,794
Quando o(a) sr(a) lê revistas impressas, por quantas horas costuma ler num dia?	Variâncias iguais assumidas	15,986	,000	3,357	2422	,001	12,399	3,693	5,157	19,640
	Variâncias iguais não assumidas			3,746	1706,128	,000	12,399	3,310	5,907	18,890
De segunda a sexta-feira, quando o(a) sr(a) usa a internet, por quantas horas costuma usar num dia?	Variâncias iguais assumidas	11,913	,001	5,367	8844	,000	25,791	4,805	16,372	35,211
	Variâncias iguais não assumidas			5,563	5866,588	,000	25,791	4,636	16,703	34,880

Anexo 7 – Teste de amostra independente custo de vida como principal problema e exposição à média

		Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2 extremidades)	Diferença média	Erro padrão de diferença	95% Intervalo de confiança da diferença	
									Inferior	Superior
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) vê TV, quantas horas costuma assistir num dia?	Variâncias iguais assumidas	4,456	,035	1,185	17034	,236	8,678	7,326	-5,681	23,038
	Variâncias iguais não assumidas			1,272	599,110	,204	8,678	6,825	-4,726	22,082
De segunda à sexta-feira, quando o(a) sr(a) ouve rádio, quantas horas costuma ouvir num dia? (Espontânea)	Variâncias iguais assumidas	,002	,968	-,471	10391	,637	-5,267	11,173	-27,169	16,634
	Variâncias iguais não assumidas			-,554	382,604	,580	-5,267	9,504	-23,953	13,418
Quando o(a) sr(a) lê jornal impresso, por quantas horas costuma ler num dia?	Variâncias iguais assumidas	,229	,632	,447	4294	,655	4,512	10,089	-15,267	24,291
	Variâncias iguais não assumidas			,391	109,884	,696	4,512	11,533	-18,345	27,368
Quando o(a) sr(a) lê revistas impressas, por quantas horas costuma ler num dia?	Variâncias iguais assumidas	2,370	,124	1,393	2422	,164	15,618	11,213	-6,370	37,607
	Variâncias iguais não assumidas			3,361	73,576	,001	15,618	4,647	6,358	24,879
De segunda a sexta-feira, quando o(a) sr(a) usa a internet, por quantas horas costuma usar num dia?	Variâncias iguais assumidas	8,737	,003	2,254	8844	,024	30,477	13,518	3,977	56,976
	Variâncias iguais não assumidas			2,697	268,401	,007	30,477	11,299	8,230	52,723

Anexo 8 – Lista de viagens presidenciais ao exterior

País	Cidade/Região	Período (2011)	Anfitrião	Notas
Argentina	Buenos Aires	31 de janeiro	Cristina Kirchner	
Portugal	Lisboa, Coimbra	28-30 de março	Universidade de Coimbra	Visita à Universidade de Coimbra, onde Lula da Silva foi agraciado com o título <i>honoris causa</i> .
Grécia	Atenas	9 de abril		Diálogo sobre a Crise econômica de 2012 e a organização das Olimpíadas de 2004.
China	Pequim, Sanya, Xian	10-15 de abril	Hu Jintao	Terceira cúpula do BRICS e visita à sede da ZTE.
Uruguai	Montevideu	30 de maio	José Mujica	
Paraguai	Assunção	28-29 de junho	Fernando Lugo	41ª Cúpula de Presidentes dos Estados do Mercosul
Peru	Lima	28 de julho	Ollanta Humala	Cerimônia de posse de Ollanta Humala
Estados Unidos	Nova Iorque	18-22 de setembro	Barack Obama	Discurso de abertura da 66ª Assembleia Geral das Nações Unidas
Bélgica	Bruxelas	2-4 de outubro	Primeiro-ministro Yves Leterme	Incluiu um jantar oferecido por Herman Van Rompuy e José Manuel Barroso; e um jantar oficial oferecido pelo rei Alberto II.
Bulgária	Sófia, Gabrovo, Veliko Tarnovo	4-6 de outubro	Georgi Parvanov	
Turquia	Ancara, Istambul	6-8 de outubro	Abdullah Gül	
África do Sul	Pretória	17-18 de outubro	Jacob Zuma	
Moçambique	Maputo	18-19 de outubro	Armando Guebuza	
Angola	Luanda	19-20 de outubro	José Eduardo dos Santos	Visita à Assembleia Nacional de Angola
França	Cannes, Paris	1-5 de novembro	Nicolas Sarkozy	6ª reunião de cúpula do G20
Venezuela	Caracas	1-2 de dezembro	Hugo Chavez	Cúpula da CELAC
Argentina	Buenos Aires	10 de dezembro	Cristina Kirchner	Cerimônia de posse de Cristina Kirchner
Uruguai	Montevideu	20 de dezembro	José Mujica	42ª Cúpula de Chefes de Estado do Mercosul

País	Cidade/Região	Período (2012)	Anfitrião	Notas
Cuba	Havana Mariel	30 de janeiro - 1 de fevereiro	Raúl Castro Fidel Castro	
Haiti	Porto Príncipe	1 de fevereiro	Michel Martelly	
Alemanha	Hanover	5 - 6 de março	Angela Merkel	
Índia	Nova Déli	27 - 31 de março	Manmohan Singh Pratibha Patil	Participou da IV Cúpula do BRICS e recebeu o título <i>honoris causa</i> da Universidade de Déli
Estados Unidos	Washington, D.C. Boston	9 - 10 de abril	Barack Obama	Visitou o MIT e a Universidade Harvard.
Colômbia	Cartagena	14 - 15 de abril	Juan Manuel Santos	Participou da VI Cúpula das Américas
México	Los Cabos	17 - 19 de junho	Felipe Calderón	Participou da VII reunião de cúpula do G20.
Argentina	Mendoza	28 - 29 de junho	Cristina Kirchner	Participou da 43ª Reunião de Cúpula dos Chefes de Estado do Mercosul e da reunião extraordinária sobre o <i>Impeachment</i> de Fernando Lugo, presidente do Paraguai.
Reino Unido	Londres	25 - 28 de julho	David Cameron Elizabeth II	Assistiu a Abertura dos Jogos Olímpicos de 2012 e inaugurou a <i>Casa Brasil</i> . No dia 27 de julho, foi recebida pela Elizabeth II para reunião no Palácio de Buckingham.
Estados Unidos	Nova Iorque	25 de set - 1 de out	Ban Ki-moon	Participou da 67ª Assembleia Geral das Nações Unidas.
Peru	Lima	1 - 2 de outubro	Ollanta Humala	Participou da 3ª Cúpula América do Sul - Países Árabes.
Espanha	Cadiz Madrid	15 - 19 de novembro	Juan Carlos I Mariano Rajoy	Reunião de negócios com o presidente do Governo, Mariano Rajoy, e reunião formal com o Rei Juan Carlos I. Visitou a "Casa do Brasil" e assistiu ao seminário <i>Brasil en la senda del crecimiento</i> .
Argentina	Buenos Aires	28 de novembro	Cristina Kirchner	Participou da conferência "Argentina e Brasil, integração e desenvolvimento ou o risco da primarização (das economias)", a convite da União Industrial Argentina.
França	Paris	9 - 12 de dezembro	François Hollande	Viagem de negócios a tratar dos impactos da crise econômica mundial e de acordos de ciência e tecnologia.
Rússia	Moscou	13 - 14 de dezembro	Dmitri Medvedev	Primeira visita de Estado à Rússia como Presidente do Brasil, com o objetivo de ampliar a interação comercial entre os dois países.

País	Cidade/Região	Período (2013)	Anfitrião	Notas
Chile	Santiago	26 de janeiro	Sebastián Piñera	Dilma Rousseff, em sua primeira viagem oficial no ano de 2013, participou da I Cúpula CELAC - União Europeia. Houve ainda uma reunião com Sebastián Piñera e um encontro bilateral com o presidente do México, Enrique Peña Nieto.
Guiné Equatorial	Malabo	22 de fevereiro	Teodoro Obiang	Dilma participou da 3ª Cúpula América do Sul - África.
Nigéria	Abuja	23 de fevereiro	Goodluck Jonathan	Encontro oficial com o presidente da Nigéria, Goodluck Ebele Jonathan. Dilma participou também do encerramento do "Encontro Empresarial Brasil/Nigéria".
Venezuela	Caracas	7 - 8 de março	Nicolás Maduro	Junto dos demais chefes de Estado do Mercosul, participou da cerimônia fúnebre do presidente venezuelano Hugo Chávez. Também estiveram presentes governantes de outros países. ¹
Itália	Roma	17 - 20 de março	Giorgio Napolitano Papa Francisco	Dilma visitou a sede da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) e teve uma reunião com o presidente da República Italiana, Giorgio Napolitano. No último dia de viagem, assistiu a missa inaugural do pontificado do Papa Francisco. ^{2 3}
África do Sul	Durban	26 - 27 de março	Jacob Zuma	Participou da V Reunião de Cúpula do BRICS e teve uma reunião bilateral com o presidente da China, Xi Jinping.
Peru	Lima	18 de abril	Ollanta Humala	Reunião de Cúpula Extraordinária da Unasul.
Venezuela	Caracas	19 de abril	Nicolás Maduro	Dilma participou da cerimônia de posse de Nicolás Maduro como Presidente da Venezuela.
Argentina	Buenos Aires	25 de abril	Cristina Kirchner	Reunião de negócios com a presidente Cristina Kirchner e seu gabinete.

Etiópia	Adis Abeba	24 - 25 de maio	Hailemariam Desalegn	Solenidades do cinquentenário da Organização da Unidade Africana.
Portugal	Lisboa	9 - 10 de junho	Aníbal Cavaco Silva	No primeiro dia de visita, Dilma reuniu-se com António José Seguro, secretário-geral do Partido Socialista Português. No dia seguinte, foi recebida pelo Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, e o Primeiro-ministro Pedro Passos Coelho.
Uruguai	Montevidéu	11 - 12 de julho	José Mujica	Cúpula dos Presidentes dos Estados do Mercosul
Paraguai	Assunção	14 - 15 de agosto	Horacio Cartes	Cerimônia de posse e juramento de Horacio Cortes como Presidente do Paraguai.
Suriname	Paramaribo	30 de agosto	Desiré Bouterse	Participação na VII Cúpula da Unasul
Rússia	São Petersburgo	5 - 6 de setembro	Vladimir Putin	No dia 5 de setembro, Dilma participou da 8ª reunião de cúpula do G20 e reuniu-se com o presidente da China, Xi Jinping e posteriormente com o primeiro-ministro do Japão, Shinzo Abe. No dia 6 de setembro, o último dia de visita, houve uma reunião com o primeiro-ministro de Cingapura, Lee Hsien Loong.
Estados Unidos	Nova Iorque	23 - 25 de setembro	Ban Ki-moon	Participação na abertura da 68ª Assembleia Geral das Nações Unidas. Participou ainda do "Foro Político de Alto Nível sobre Desenvolvimento Sustentável".

