

A racionalidade no processo eleitoral

Gabriel Espíndola Chiavegatti

Resumo: O presente artigo é um sintético estudo do processo eleitoral observado e analisado nas concepções políticas e racionalistas de três cientistas sociais: Schumpeter, Dahls e Downs. Por meio deste estudo é possível compreender melhor o princípio fundamental do conceito democrático e os diversos fatores, como economia e publicidade, que envolvem o pleito nacional.

Palavras-chave: Eleições, Democracia, Ciência política, Voto.

Abstract: The present issue it's a logical synthesis of the electoral process observed and analyzed in the political conceptions and rationalistics of three social scientists: Schumpeter, Dahls and Downs. By this study, It's possible to better understand the fundamental principle of the democracy concept and the different factors, like economy and publicity, that involves the election.

Keywords: Election, Democracy, Political Science, Vote

Sumário: Introdução - 1 Do líder e das elites - 2 Da propaganda eleitoral e da imprensa - 3 Dos partidos - 4 Da decisão do voto pelos eleitores - 5 Da oposição - Conclusão - Notas Explicativas - Referências

Introdução

O Estado democrático é um derivado histórico do processo progressivo de nivelamento social que trouxe um maior poder político para o povo. Dessa forma, este tende a valorizar a igualdade de condições, tanto de renda quanto de inteligências, ou seja, uma possível padronização do entendimento político e da mobilidade no corpo social, em detrimento da liberdade, graças a uma diminuição de força do elemento aristocrático.

Dentre os fatores que influenciaram a formação da democracia, no Estado Moderno, estão: a queda do poder monárquico, a ascensão econômica e social da burguesia, a garantia dos direitos de sucessões e a conseqüente fragmentação da terra e valorização do papel moeda e do trabalho assalariado. Ainda assim, o constitucionalismo, reduzindo o governo a se submeter à lei, e ao sufrágio universal foram fatores que difundiram os direitos políticos.

Dentro deste Estado, o processo eleitoral é a afirmação do poder de decisão política do povo, que, respeitando a regra da maioria, elege seus representantes, bem como, em alguns casos, os ideais que lhe agrada. Sendo que a participação popular daqueles que são politicamente passivos, ou seja, o corpo eleitoral sem atuação direta nos partidos políticos, que representa a maior parte do grupo eleitor, tende a se reduzir apenas ao voto. O entendimento e a compreensão deste processo facilita a previsibilidade do quadro político.

A filosofia clássica da democracia do século XVIII, também chamada de utilitária, entende que o objetivo primário, tanto de partidos como do próprio processo eleitoral, é atingir o bem comum, representação da vontade geral, ou, na máxima de Adam Smith, "a maior felicidade para o maior número". Dessa forma, os partidos divergem, não pelo fim, o qual é definido como sendo o bem comum, mas pelos meios escolhidos, diferença da qual surgem os conflitos e os desgastes políticos do processo eleitoral.

Nesse entendimento, a teoria clássica crê que o objetivo de tomar decisões de cunho político é o principal papel do eleitorado, deixando assim como função secundária deste a eleição de seus representantes. Essa perspectiva se sustenta na consideração de que todos os políticos eleitos buscam o mesmo fim, o bem comum, nesse critério, é indiferente a escolha de um ou de outro governante desde que eles decidam os meios de acordo com a vontade da maioria.

Em oposição a esta visão, as teorias democráticas subseqüentes inverteram a perspectiva e assumiram que o objetivo primário do eleitorado e dos representantes é ser eleito para fazer parte do governo, e em segundo plano, tomar decisões de caráter político. Dessa forma, a eleição toma caráter competitivo, o que aproxima a analogia desta com o capitalismo e a competição de mercado, tornando assim o entendimento do processo eleitoral mais próximo de uma racionalidade. Schumpeter declara acerca da importância dessa inversão de conceitos:

Suponhamos agora que invertemos os papéis desses dois elementos e tornamos a decisão de questões pelo eleitorado secundária à eleição de representantes, que tomarão, neste caso, as decisões. (...). Nossa definição passa então a ter o seguinte fraseado: o método democrático é um sistema institucional, para a tomada de decisões políticas, no qual o indivíduo adquire o poder de decidir mediante uma luta competitiva pelos votos do eleitor.¹

A teoria da democracia com enfoque na competição contesta, ainda, a existência de um bem comum definido e determinável, e dessa forma, condiciona o método a uma escolha feita com base na regra da maioria, que não é semelhante à vontade geral, já que outros fatores como a propaganda e o voto irracional podem desviar o resultado das eleições, bem como fabricar uma vontade coletiva.

Este trabalho se propõe a estudar a evolução da racionalidade no processo eleitoral e determinar o papel e a influência do líder e das elites, da propaganda e da imprensa, do partido, da decisão do eleitor e da oposição, partindo das análises de Max Weber, Joseph Schumpeter, Anthony Downs e Robert Dahl.

Do líder e das elites

O Estado democrático pode assumir, segundo a análise de Max Weber, duas alternativas de estruturação: a primeira na qual existe um líder, também chamado de chefe, que desenvolve uma vocação para a política, e uma máquina estatal, que é a concentração partidária do poder; e a segunda, na qual existem funcionários de carreira, ou seja, pessoas que vivem da política, diminuindo a importância do líder nesse meio². Assim escreveu Weber sobre o assunto:

Daquele que vê a política na política uma permanente fonte de rendas, diremos que “vive da política” e diremos, no caso contrário que “vive para a política”. (...). O homem político deve, em condições normais, ser economicamente independente das vantagens que a atividade política lhe possa proporcionar. Quer isso dizer que lhe é indispensável possuir fortuna pessoal ou ter, no âmbito da vida privada, situação suscetível de lhe assegurar ganhos suficientes. (...). O homem político deve, além disso, ser “economicamente disponível”, equivalendo a dizer que ele não deve estar obrigado a consagrar toda sua capacidade de trabalho e de pensamento, constante e pessoalmente, à consecução da própria subsistência.³

O líder é uma pessoa que vive para a política, possuindo assim tempo livre e renda estável que o permita ocupar essa posição apenas pelo gosto pessoal. Este possui a função primordial de orientar a opinião do partido e estabelecer a relação entre este partido e o gabinete. Nem sempre o chefe do partido é um parlamentar. De maneira geral, é alguém que não está eleito, mas que incorpora o poder dos parlamentares em si. Na sua função de chefe ideológico do partido, ele tende a definir os votos dos eleitos e ainda influenciar a opinião pública sobre os atos do partido⁴.

Assim como o líder burocrata, a função das elites é forçar a relação entre o governo e o povo, produzindo, por financiamentos, o resultado da disputa eleitoral. O apoio de empreendedores e empresários produz o capital necessário para desigualar o processo eleitoral e conduzir propagandas e promoção pública em troca de vantagens e poder dentro do governo a ser eleito⁵. Essa prática de perfil comercial na qual benefícios políticos são comercializados é um dos elementos que possibilitam a criação daquilo que os utilitaristas chamariam de vontade geral.

De certa forma, segundo Schumpeter, a democracia é vantajosa pois, devida à competição, os líderes tendem a se alternar e com isso as elites que o apóia seguem o mesmo efeito, esvaindo assim as dificuldade que um monopólio do poder poderia gerar.

Da propaganda eleitoral e da imprensa

Nas sociedades contemporâneas, regidas pela democracia representativa e compostas por um número grande de membros, a sociabilidade de massa não é mais aquela comunitária, em que as experiências vivenciadas e relações são diretamente partilhadas com os indivíduos, fazendo parte de um cotidiano comum à maior parte dos membros. Dessa forma, a propaganda eleitoral, e governamental caso seja um processo de reeleição, e os debates públicos formam o contato mais próximo que a maioria populacional possui com o político.

Num modelo de propaganda mais tradicional, o político controla os princípios que orientam a conduta em palanques, ou ainda, a arte da oratória. Numa perspectiva mais moderna, a propaganda não precisa esperar que o candidato controle as técnicas de linguagem e de expressividade, gerando assim, o anseio de uma nova classe de serviços e uma nova função social, a dos publicitários políticos e especialistas em marketing político. Nesse padrão, os materiais e conteúdos são secundários em relação à forma, à apresentação⁶. A imagem do político é assim traduzida como uma vitrine comercial, já que é a uma forma de tornar o político como aceitável e desejável pelos consumidores.

O objetivo principal é controlar ou modelar informações de forma a criar a imagem que favoreça o político ou até mesmo diminua o poder da oposição. Para isso, os grupos de interesses podem até mesmo controlar ou adquirir os meios de comunicação, ou seja, empresas de televisão, rádios ou jornais impressos⁷. Ou ainda, o político pode tender a confundir propositadamente a imagem do político e a da coisa pública, ou seja, propagandas contra ou a favor do Estado que vinculem a imagem de ou o nome de candidatos ou de líderes, as quais, muitas vezes, são frutos do erário público utilizadas para favorecer um lado da disputa eleitoral.

A propaganda eleitoral nos horários eleitorais gratuitos regulares constitui, em certa medida, uma forma legal de superação da desigualdade gerada pelos proprietários dos meios. Mas a propaganda política depende de exposição na mídia mais do que da propaganda gratuita obrigatória. Essa exposição pode ser avaliada pela quantidade e pela qualidade da presença

do candidato em noticiários, programas de auditório, programas de entrevistas ou manchetes de impressos.

Dessa forma, jornalistas, assessores de comunicação e relações públicas que prestam serviços a partidos se tornaram especialistas em marketing político, profissionais aptos a promover a imagem pública de instituições e candidatos, a transformar os seus atos em notícias e os seus comportamentos e discursos em espetáculos, ou seja, fazendo-os aparecer nos meios de comunicação e tornando-os apropriados ao consumo dos cidadãos.

Dos partidos

A partir da concepção de weber, temos que o partido é uma associação formalmente livre e voluntária objetivando conceder o poder a seus líderes, e conseqüentemente, vantagens e oportunidade materiais ou idéias para seus membros ativos.

A percepção do partido como uma empresa de interesses é marca da teoria contemporânea da democracia. O partido possui o intuito maior de ganhar as eleições, conforme já foi ressaltado na introdução deste trabalho. Nessa perspectiva, os objetivos estão de acordo com, utilizando o nome dado por Downs, o axioma do interesse pessoal. O autor ressalta acerca da meta dos partidos:

Os políticos, no nosso modelo, são motivados pelo desejo do poder, prestígio e renda e pelo amor ao conflito, isto é, a “emoção do jogo”, comum a muitas ações que envolvem risco. No entanto, eles não conseguem obter nenhuma dessas *desiderata*, exceto a última, a menos que seu partido seja eleito para o cargo. Portanto, não distorcemos os motivos dos membros partidários ao dizer que seu objetivo primeiro é ser eleito.⁸

Além de poder, dinheiro e vantagens, o partido no governo adquire a possibilidade, segundo a análise de Weber, de distribuir cargos, ou seja, diligentes, militantes e empregados trocam votos conseguidos com suas imagens e influências por funções dentro da administração.

Ainda nessa análise, o autor considera que as funções do partido são estabelecer os programas de governo, decidir quais serão os candidatos que irão disputar eleições, ou seja, quais possuem maiores chances de ganhar, e estabelecer a conduta dos parlamentares. Para este último o partido pode até punir um representante com o ostracismo ou a expulsão, caso este não esteja votando de acordo com o estabelecido pelo líder ou faça declarações negativas para o grupo, respeitando o que é chamado de disciplina partidária⁹.

Dessa maneira a consideração do princípio que os partidos disputam as eleições visando à vitória, e a de que ser eleito é mais importante do que manter a ideologia que teria unido o partido faz com que se acredite na tendência de um afrouxamento doutrinário para conquistar os votos do homem médio, que normalmente são mais numerosos que os radicais¹⁰.

Da decisão do voto pelos eleitores

Os eleitores são indivíduos, que por sua história, experiência, situação econômica, profissão ou outros fatores diversos, definem um perfil de um sistema de crenças, preferências ou ideologias, mesmo que de maneira simplista. Estas influenciam consideravelmente na escolha de um candidato ou de um partido num processo eleitoral.

Mas para tentar atribuir uma previsibilidade do processo de escolha, é preciso desconsiderar personalidades e fatores outros que influenciam a decisão e focar no “cidadão racional”, no qual são irrelevantes as características psicológicas, bastando apenas para a análise que este busque maximizar os possíveis ganhos com as ações governamentais. Ainda é preciso entender que num modelo de estudo, cada eleitor tem direito a um e apenas um voto, é capaz de organizar e definir, de maneira transitiva, suas preferências políticas. Este modelo, sugerido por Downs, mesmo que não seja equivalente a realidade, tenta se aproximar desta na medida em que não prejudique o foco do estudo.

Nesse modelo bipartidário, o eleitor, considerando os fluxos de utilidade recebidos da atividade governamental, ele produz comparações entre partidos e decide de acordo com o que analisou. Dois parâmetros comparativos são possíveis desse modo: considerar o que ele espera de um partido no próximo período de governo em contraposição com o que ele espera de outro nesse mesmo futuro; ou ainda, confrontar o que este obteve do partido no governo atual com o que ele imagina que teria ganhado se outro partido tivesse no poder durante esse mesmo período presente, sendo que este último possui a vantagem perante o primeiro, já que um dos dois parâmetros de comparação não é uma expectativa e sim uma observação factual.

A comparação assim deve ser feita considerando sempre os mesmos espaços de tempo para que fatores externos característicos de cada período não distorçam o resultado e levem a uma comparação desigual. Downs ressalta isso ao dizer que não é racional comparar o que foi obtido de utilidade do partido no governo e o que se espera receber de outro partido no próximo período, já que os tempos de comparação estão desiguais¹¹.

Caso haja pouca diferença entre os dois partidos considerados, dois modificadores podem ser usados para que haja o desempate: o primeiro refere-se a um chamado fator tendencial, que é a expectativa do partido governante manter seu desempenho, seja este bom ou ruim, no próximo período; o segundo é a comparação do governo atual com os seus antecessores.

Já num modelo multipartidário, o fator “chance de vitória” possui maior influência. Desse modo, caso o eleitor não acredite na possibilidade de seu partido ganhar, ele pode votar em outro que esteja mais próximo de competir pelo cargo, ou ainda pode insistir no voto para melhorar mesmo que um pouco as condições do partido.

Da oposição

A oposição foi estudada por Dahl, o qual considera que a democracia sempre está em risco, pois o governo sempre tenta eliminar a oposição, tolerando-a enquanto não atinge esse objetivo. Dessa forma, a oposição possibilita a democracia, chamada pelo autor de poliarquia, já que para este a democracia é um ideal, quando força o governo a conceder competição e participação no meio político. Dessa maneira, a oposição possui o papel fundamental na democracia de manter o conflito existente entre este e o governo, para que assim, formas ditatoriais não se estabeleçam. Escreve o autor sobre as vantagens desse modelo:

Quando regimes hegemônicos e oligarquias competitivas se deslocam na direção de uma poliarquia, eles aumentam as oportunidades de efetiva participação e contestação e, portanto, o número de indivíduos, grupos e interesses cujas preferências devem ser levadas em consideração nas decisões políticas.¹²

Uma das vantagens da manutenção do conflito é a garantia das liberdades clássicas do indivíduo. Além disso, as lideranças tendem a modificar suas plataformas políticas de modo

a corresponder às preferências do eleitorado, que também tende a se tornar mais politizado e possuir preferências mais diferenciadas, da mesma forma que essas plataformas ficam menos radicais para atender a uma maioria de preferências.

Conclusão

A teoria que tenta apreender o processo de racionalidade, como previsibilidade, no Estado democrático, cujo foco recai sobre o processo eleitoral por ser este a principal afirmação da democracia, conduz para modelos que comparam os partidos e a disputa como uma competição econômica. Nesse padrão, ser eleito é o principal alvo dos líderes, ficando em segundo plano a produção de decisões políticas.

Dessa forma, os líderes possuem o papel de orientar os partidos, estes devem estabelecer plataformas de campanha e ordenar a conduta dos parlamentares. As elites financiam as campanhas, especialmente as propagandas, as quais moldam a imagem do candidato com o objetivo de torná-lo desejável. Aos eleitores, resta o papel de decidirem conforme análises comparativas racionais, e à oposição, a manutenção do conflito para garantir a competição e a participação. Esse sistema com funções bem definidas consegue produzir certa previsibilidade para a análise no modelo, mas ainda assim é limitado pois pressupõe parâmetros, como o respeito a regra da maioria, que geram uma divergência do modelo com a situação factual.

No Brasil, por exemplo, esse modelo encontra dificuldades de aplicação graças a características do processo eleitoral adotado. Dentre estes fatores, a corrupção dificulta o estudo de racionalidade pois desfaz produz competição desleal prejudicando assim a os papeis definidos. Além disso, a regra da maioria não é seguida rigorosamente, pois cada partido deve atingir determinado quociente eleitoral¹³, esse elemento pode fazer com que um candidato bem votado não seja eleito pois seu partido não conseguiu atingir a meta de votos, da mesma forma que o inverso também é possível.

Esse fator gera outro fenômeno que dificulta a aplicabilidade do modelo no sistema Brasileira: a falta de fidelidade partidária. É comum que candidatos concorram à eleição por um partido forte que sabe que vai garantir o quociente eleitoral, e, depois de eleito, troca por um partido menor aonde vai possuir um poder e uma representação maior. Isso é possível, pois no Brasil a organização partidária se mostra mais política do que ideológica. Partidos menores, por exemplo, algumas vezes são “alugados” para fazerem propaganda ofensiva contra um outro partido.

Nessa esteira, a falta de educação e informação e a valorização de fatores não políticos pela mídia, como beleza, esportividade e jovialidade, envoltos num contexto social que discrimina etnias e gênero, faz com que a parcela de votos irracionais seja alta demais produzindo assim resultados não esperados pelo processo racional, como por exemplo, um partido com pouca tradição pode eleger um presidente numa campanha de mídia adequada.

Dessa forma, para conduzir o modelo de racionalidade apresentado nesse trabalho, mesmo este sendo um guia razoável de compreensão do processo, é necessário a aplicação de modificadores que considerem o perfil regional de onde se está estudando para que este se adapte melhor a realidade e produza uma previsibilidade de maior segurança.

Notas explicativas

¹ SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984. p. 327-328.

² Weber (1993) ressalta que o primeiro tipo a democracia dos Estados Unidos serve como exemplo e para a segunda a da Alemanha.

³ WEBER, Max. A política como vocação. In: **Ciência e política: duas vocações**. Tradução de Leônidas Hegenberg e Octany Silveira da Mota. São Paulo: Cultrix, 1993. p. 65.

⁴ A título de exemplo, o Fernando Henrique Cardoso representa bem o papel de líder de seu partido, da mesma forma que o Lula representa um líder para o Partido dos trabalhadores.

⁵ A disputa eleitoral no Brasil possui um nível de competição tão longe de uma disputa justa, que a comercialização de favores políticos para financiar campanhas eleitorais chegam, muitas vezes, a resultar em corrupção e privilégios ilegais como campanhas financiadas com “caixa 2”, a exemplo as acusações feitas da campanha do Lula pelo Duda Mendonça, ou processo de licitação irregulares, a exemplo as licitações suspeitas vencidas pelo Paulo Otávio em Brasília.

⁶ Em muitos casos, um deslize dado por um político é corrigido apenas por propaganda e marketing. A exemplo, o caso ocorrido nas eleições do DF em que o atual governador chamou em palanque um senhor de “petista crioulo” exigiu um esforço por parte de seus assessores na restauração da imagem do político.

⁷ Como exemplo, a Rádio Atividade de Brasília, controlada pelo Deputado Vigão, e o apoio dado ao PT nas eleições para governador pelo Jornal Correio Brasiliense, enquanto Ricardo Noblat estava com a coordenação.

⁸ DOWS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia**. Tradução de Sandra Guadini Teixeira Vasconcelos. São Paulo: EDUSP, 1999. p. 52.

⁹ Para exemplo temos os deputados que foram expulsos do PT e formaram o Psol, como a Heloísa Helena e o Babá. Ainda pela direita, o Arruda, que por causa de um escândalo acerca de uma lista de voto secreto foi desligado do partido.

¹⁰ Esse fenômeno pode ser observado no Partido dos Trabalhadores, no qual a chamada “Ala Rosa”, a facção do partido mais próxima às idéias de centro, ganhou importância no partido, e até mesmo, tornou o partido menos radical para conseguir a vitória do Lula.

¹¹ Esse tipo de comparação considerado irracional pelo autor é o tipo mais usual de perceber nas pesquisas e nas opiniões da imprensa. É até mesmo incentivado pelo discurso de políticos que, num padrão, criticam, ou valorizam, o governo presente e fazem promessas em seguida.

¹² DAHL, Robert. **Poliarquia: participação e oposição**. Tradução de Celso Mauro Paciornik. São Paulo: EDUSP, 1997. p. 36.

¹³ cálculo que serve como cláusula de exclusão, é calculado dividindo-se o total de votos do partidários pelo número de cadeiras.

Referencias

DAHL, Robert. **Poliarquia**: participação e oposição. Tradução de Celso Mauro Paciornik. São Paulo: EDUSP, 1997.

DOWS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia**. Tradução de Sandra Guadini Teixeira Vasconcelos. São Paulo: EDUSP, 1999.

PORTO, Walter Costa. **Dicionário do voto**. Brasília: UnB, 2000.

SEILER, Daniel-Louis. **Os partidos políticos**. Tradução de Renata Maria Parreira Cordeiro. Brasília: UnB, 2000.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

WEBER, Max. A política como vocação. In: **Ciência e política**: duas vocações. Tradução de Leônidas Hegenberg e Octany Silveira da Mota. São Paulo: Cultrix, 1993. p. 55–124.

Revista Jurídica

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/revistajuridica/index.htm

Artigo recebido em 29/12/2006 e aceito para publicação em 31/01/2007

A Revista Jurídica destina-se à divulgação de estudos e trabalhos jurídicos abrangendo todas as áreas do Direito.

Os originais serão submetidos à avaliação dos especialistas, profissionais com reconhecida experiência nos temas tratados.

Todos os artigos serão acompanhados de uma autorização expressa do autor, enviada pelo correio eletrônico, juntamente com o texto original.