

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SANTOS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU**  
**MESTRADO PROFISSIONAL EM PSICOLOGIA, DESENVOLVIMENTO E**  
**POLÍTICAS PÚBLICAS**

**A LIBERDADE (IM)POSSÍVEL NA DEFINIÇÃO DO VOTO**

**RAFAEL DOS SANTOS OLIVA**

**Santos-SP**

**2023**

**RAFAEL DOS SANTOS OLIVA**

**A LIBERDADE (IM)POSSÍVEL NA DEFINIÇÃO DO VOTO**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Psicologia, Desenvolvimento e Políticas Públicas, da Universidade Católica de Santos, como requisito para obtenção do grau de Mestre em Psicologia, Desenvolvimento e Políticas Públicas.

**Orientadora:** Profa. Dra. Thalita Lacerda Nobre

**Santos-SP**

**2023**

[Dados Internacionais de Catalogação]  
Departamento de Bibliotecas da Universidade Católica de Santos  
Viviane Santos da Silva - CRB 8/6746

---

O48L Oliva, Rafael dos Santos  
A liberdade (im)possível na definição do voto / Rafael dos Santos Oliva ; orientadora Thalita Lacerda Nobre.  
-- 2023.  
244 f.

Dissertação (mestrado) - Universidade Católica de Santos,  
Programa de Pós-Graduação stricto sensu em  
Psicologia, Desenvolvimento e Políticas Públicas,  
2023

1. Psicologia. 2. Definição do Voto. 3. Emoções. 4.  
Identificação. 5. FaceReader I.Nobre, Thalita Lacerda. II.  
Título.

CDU: Ed. 1997 -- 159.9(043.3)

---

**RAFAEL DOS SANTOS OLIVA**

**A LIBERDADE (IM)POSSÍVEL NA DEFINIÇÃO DO VOTO**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Mestrado Profissional em Psicologia, Desenvolvimento e Políticas Públicas da Universidade Católica de Santos.

Área de Concentração: Psicologia, Desenvolvimento e Políticas Públicas.

Linha de Pesquisa: Psicologia, Desenvolvimento e Políticas Socioeducacionais

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Profa. Dra. Thalita Lacerda Nobre (orientadora) - Universidade Católica de Santos**

---

**Profa. Dra. Hilda Rosa Capelão Avoglia - Universidade Católica de Santos**

---

**Prof. Dr. André Luís Reis Santos – Universidade São Judas Campus Unimonte**

**DATA DA APROVAÇÃO \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_**

**SANTOS 2022**

## **DEDICATÓRIA**

Dedico aos meus pais, Otacílio e Regina, por me darem asas para crescer. À minha esposa, Ana Paula, pelo apoio incondicional, incentivo e amor que fazem desta caminhada mais doce. Ao meu filho, Rafinha, para que tenha na pesquisa o porto-seguro da vida.

## **AGRADECIMENTO**

Momento de refletir por tudo que passei na minha caminhada acadêmica. Tenho orgulho de ser fruto da Escola Pública, estudando no EMEI Olívia Fernandes, EMPG Cidade de Santos, EMPG Pedro II e EESG Andradas. No Mestrado foi tempo de descobertas e de imersão na Psicologia, quantas incertezas, quantas dúvidas, mas também quanto apoio, companheirismo e quanto aprendizado.

Gratidão, em primeiro lugar, à Maria Isabel Stamato Calil, que não está mais neste plano, mas deixou aquilo que de melhor podia oferecer que é o conhecimento. Suas lições permanecem aqui. Seu olhar inconfundível para o social é um exemplo no qual precisamos nos espelhar. Ela me acolheu com muito carinho no Mestrado e, com seu jeito especial, sempre mostrou os desafios que teria pela frente. Imagino que, com este trabalho, ficaria orgulhosa do quanto evolui.

À Thalita por toda orientação, pelo cuidado e por me permitir sonhar com este trabalho. Foi a luz que brilhou no momento certo, quando as dúvidas e as incertezas eram maiores, para me apontar a direção. O primeiro passo, sem dúvidas, é importante, mas sem uma direção não chegamos a lugar algum.

Aos amigos que fiz ao longo curso, que me ensinaram, tiveram paciência e me apoiaram em cada aula, em cada um dos momentos que vivemos. Uma turma nascida na pandemia, uma marca no planeta, e que ganhou corpo e força, cada um dentro da sua pesquisa.

Aos meus irmãos de vida, Rogério e Raysa, pelos conselhos, pelo companheirismo, mas, acima de tudo, pela paciência na convivência diária.

Como é bom olhar para trás e lembrar de tudo que passei, mas como é bom olhar para frente e poder trabalhar pelo amanhã!

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar o processo de definição do voto por parte do eleitor, tendo como objeto de estudo a compreensão dos caminhos percorridos para a escolha do candidato à Presidência do Brasil em 2022. Para isso, partimos de dois eixos centrais: a identificação, postulado de Freud, no qual todos encontram um objeto para se assemelhar e assim passa a seguir; o segundo seriam as emoções, presente no sujeito, como fator interveniente do comportamento e do processo de escolha, e elemento de identificação. Vale destacar, ainda, a importância dos grupos o qual o eleitor está inserido dentro deste processo, tendo o potencial de interferir nesta escolha. O **Objetivo Geral** busca compreender se as emoções despertadas pelas propagandas eleitorais geram identificação com os candidatos à presidência e se estão relacionados com a intenção de voto. A **hipótese** norteadora é de que a identificação com o candidato à presidência, despertadas pelas emoções, são determinantes para a definição do voto. Esta é uma pesquisa Exploratória, que terá uma abordagem Qualitativa e Quantitativa. Para o levantamento dos dados, além de entrevista com questionário, será utilizado um software de análise facial (FaceReader), durante a exibição de propaganda eleitoral dos candidatos, para apurar as emoções despertadas com o vídeo. As imagens serão utilizadas exclusivamente para a obtenção das informações. Como tecnologia social, partindo do pressuposto da importância desses elementos para a definição do voto, será produzida uma proposta de abordagem dos veículos de imprensa para campanhas eleitorais, garantindo maior profundidade aos elementos objetivos das candidaturas, como plano de governo, discussão de propostas técnicas, currículo do candidato, conhecimento, de forma a reduzir a interferência da identificação e das emoções na definição do voto.

**Palavras-Chave:** Psicologia; Definição do Voto; Emoções; Identificação; FaceReader;

## **ABSTRACT**

This work aims to investigate the voter's vote definition process, having as object of study the understanding of the paths taken to choose the candidate for the Presidency of Brazil in 2022. For this, we start from two central axes: the identification, Freud's postulate, in which everyone finds an object to resemble and so proceeds; the second would be the emotions, present in the subject, as an intervening factor in the behavior and in the process of choice, and an element of identification. It is also worth highlighting the importance of the groups in which the voter is inserted within this process, having the potential to interfere in this choice. The General Objective seeks to understand whether the emotions aroused by electoral advertisements generate identification with presidential candidates and whether they are related to voting intentions. The guiding hypothesis is that identification with the presidential candidate, aroused by emotions, are decisive for the definition of the vote. This is an Exploratory research, which will have a Qualitative and Quantitative approach. For data collection, in addition to an interview with a questionnaire, a facial analysis software (FaceReader) will be used during the exhibition of electoral propaganda of the candidates, to determine the emotions aroused by the video. The images will be used exclusively to obtain the information. As a social technology, based on the assumption of the importance of these elements for the definition of the vote, a proposal will be produced to approach the press vehicles for electoral campaigns, guaranteeing greater depth to the objective elements of the candidacies, such as the government plan, discussion of technical proposals, candidate's curriculum, knowledge, in order to reduce the interference of identification and emotions in the definition of the vote.

**Keywords: Psychology; Vote Definition; Emotions; Identification; FaceReader;**



## SUMÁRIO

Apresentação.....	14
Introdução.....	16
Desenvolvimento.....	20
<b>CAPÍTULO 1 - SOCIEDADE E POLÍTICA</b>	
1.1 - O homem e a Política.....	22
1.2 - Crise do sistema Democrático.....	26
1.3 - Sistema Político Brasileiro .....	30
1.4 - Sistema partidário Brasileiro Fragmentado .....	34
1.5 - Comunicação como mediadora da Agenda Pública.....	39
<b>CAPÍTULO 2 - PROCESSO DE ESCOLHA</b>	
2.1 - Principais estudos do Comportamento do Eleitor .....	44
2.2 - Estudos complementares sobre a definição do voto .....	48
2.3 - A comunicação no processo de escolha .....	51
2.4 - Influências no processo de escolha .....	54
2.5 - A chegada da Internet e as Redes Sociais na arena eleitoral .....	55
2.6 - A Era da pós-verdade: versões valem mais do que fatos .....	60
<b>CAPÍTULO 3 - IDENTIFICAÇÃO</b>	
3.1 - Identificação Partidária no modelo Americano .....	68
3.2 - Identificação: um olhar da psicanálise .....	72
3.3 - Vida em sociedade .....	76
3.4 - Comportamentos de Grupos .....	78
3.5 - O líder para guiar as massas .....	84
3.6 - Um Olhar sobre o Eleitor .....	87
<b>CAPÍTULO 4 - EMOÇÕES E NEUROCIÊNCIA</b>	
4.1 - Emoções .....	90
4.1.1 Emoções na Definição do Voto .....	99
4.1.2 Expressões Faciais e Emoções .....	109
4.4 - Diálogo Possível Neurociência e Psicanálise .....	115
<b>CAPÍTULO 5 - RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO</b>	
5.1 - Contexto Eleitoral.....	123
5.2 - Desenvolvimento da Pesquisa.....	127
5.3 - Resultados .....	128
5.4 - Influências no Processo de Escolha.....	130
5.5 - Emoções .....	132
5.6 - Rejeição: Vergonha e Medo.....	134
5.7 - Análise Facial .....	138
<b>Conclusão .....</b>	<b>145</b>

<b>Referências Bibliográficas</b> .....	147
<b>Tecnologia Social</b> .....	154
<b>Anexos</b> .....	157

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Participação dos eleitores na votação para presidente primeiro turno.....	32
Tabela 2 - Quantidade de candidatos a presidente.....	35
Tabela 3 - Quantidade de partidos que elegeram deputados federais.....	37
Tabela 4 - Intensidade de sentimentos por Lula e Alckmin.....	102
Tabela 5 - Cenário 1 – Datafolha.....	124
Tabela 6 - Cenário 2 – Datafolha.....	124
Tabela 7 - Cenário 3 – Datafolha.....	124
Tabela 8 - Cenário 4 – Datafolha.....	125
Tabela 9 - Média de Identificação com os candidatos.....	129
Tabela 10 – Intenção de votos.....	130
Tabela 11 – Rejeição dos Candidatos.....	134
Tabela 12 - Média de Identificação.....	140
Tabela 13 – Resultados Voluntário 1.....	140
Tabela 14 – Resultados Voluntário 2 .....	140
Tabela 15 – Resultados Voluntário 4 .....	140
Tabela 16 – Resultados Voluntário 5.....	141
Tabela 17– Resultados Voluntário 6 .....	141
Tabela 18– Resultados Voluntário 7.....	141
Tabela 19– Resultados Voluntário 8.....	141
Tabela 20 – Resultados Voluntário 15.....	141
Tabela 21 – Resultados Voluntário 17 .....	141
Tabela 22 – Resultados Voluntário 18.....	141
Tabela 23 - Média de Identificação.....	142
Tabela 24 – Resultados Voluntário 3 .....	142
Tabela 25 – Resultados Voluntário 9 .....	142
Tabela 26 – Resultados Voluntário 10.....	143
Tabela 27 – Resultados Voluntário 11.....	143
Tabela 28 – Resultados Voluntário 12 .....	143
Tabela 29 – Resultados Voluntário 13 .....	143
Tabela 30 – Resultados Voluntário 14 .....	143
Tabela 31 – Resultados Voluntário 16 .....	143
Tabela 32 – Resultados Voluntário 19 .....	143
Tabela 33 – Resultados Voluntário 20.....	144
Tabela 34 – Resultados Voluntário 21.....	144
Tabela 35 – Resultados Voluntário 22.....	144
Tabela 36 – Resultados Voluntário 23.....	144

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Escala de Afetos Positivos e Negativos – PANAS.....	106
Quadro 2 - Marcadores emocionais semânticos.....	107
Quadro 3 - Links dos vídeos dos candidatos extraídos da rede de cada um.....	128
Quadro 4 – Características dos candidatos.....	130
Quadro 5 - Sentimentos de quem vota em Bolsonaro .....	132
Quadro 6 - Sentimentos de quem vota em Ciro Gomes.....	133
Quadro 7 - Sentimentos de quem vota em Lula.....	133
Quadro 8 - Sentimentos de quem vota em Simone.....	133
Quadro 9 - Sentimentos mais frequentes dos eleitores que possuem identificação com o candidato .....	133
Quadro 10 - Dos que não possuem identificação, os seguintes sentimentos aparecem relacionados a seus candidatos.....	134

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Identificação partidária ao longo do tempo nos EUA .....	70
Figura 2 – Identificação partidária por geração.....	71
Figura 3 - Ambiente de Aplicação do teste .....	127
Figura 4 - Identificação com o candidato à presidência .....	129
Figura 5 – Pessoas com quem discutiu o voto.....	131
Figura 6 – Pessoas com quem votam iguais.....	131
Figura 7 – Compartilhamento de informações.....	132
Figura 8 – Sentimentos na rejeição a Bolsonaro.....	135
Figura 9 – Sentimentos na rejeição a Lula.....	135
Figura 10 - Pontos projetados para análise .....	138
Figura 11 - Imagem de funcionamento do software.....	139

## **APRESENTAÇÃO**

O processo eleitoral é o momento mais importante da democracia, no qual todos podem participar ativamente e escolher os governantes. Neste momento, todo eleitor, rico ou pobre, independente dos anos de estudo, tem o mesmo valor: um voto. Os governantes têm neste momento uma espécie de avaliação do trabalho da administração, uma análise do que foi feito durante o mandato de quatro anos no caso de cargos públicos eletivos. No voto, é possível mudar rumos do País e todos são livres para escolher as propostas que mais se encaixam com seus anseios. Mas, será que é assim mesmo que acontece? Tendo atuado como profissional de comunicação, em três eleições municipais para prefeito de Santos, além de ter colaborado em processos de comunicação em campanhas para o Legislativo e de Clube de Futebol, este autor nota semelhanças nesses processos eleitorais, e compreende ser possível encontrar como ponto em comum a paixão como principal motivo por aqueles que realmente acreditam nas propostas apresentadas e são cabos eleitorais espontâneos do candidato.

No decorrer da minha trajetória profissional, em especial o processo eleitoral municipal de Santos de 2020, chamou a atenção deste autor a divisão de discurso empregada pelos candidatos, em grande parte, estimuladas pelo presidente do Brasil Jair Bolsonaro e a influência do seu nome no pleito. No processo eleitoral de 2018, Bolsonaro formou seguidores “fieis” à sua fala, vinculados a uma filosofia identificada como de direita organizada, em grande parte, pelas redes sociais e por um público anti-petista. Em todo o País, foi possível reconhecer o discurso nacional e em níveis regionais. A simples menção de que o presidente apoiaria determinado candidato possibilitou um grande destaque àquele candidato ungido pelo Bolsonarismo. No caso do município de Santos, rapidamente, o candidato Ivan Sartori (PSD), apoiado pelo presidente, ganhou espaço na mídia, nas redes sociais e, mesmo desconhecido do público local e sem um histórico de vínculos com a Cidade, ganhou seus defensores.

Esta experiência aguçou minha curiosidade para entender de forma mais aprofundada os reais motivos que levam à definição do voto. Importante apresentar o processo pelo qual desenvolvi a minha carreira acadêmica. Cursei a Faculdade de Jornalismo da UNISANTA entre 1998 e 2001 e percebi a necessidade de ampliar os conhecimentos para entender todos os processos da comunicação, motivo pelo qual cursei a Faculdade de Publicidade e Propaganda na Unaerp, complementando os saberes. Busquei no MBA de Gestão de Empresas com ênfase em Marketing, da Fundação Getúlio Vargas, o aprofundamento dos processos que levam ao consumo e as estratégias que podem ser desenvolvidas para tanto.

Dentro da Comunicação, segui um vasto caminho profissional, tendo atuado como repórter, editorialista e colunista político, em veículos de comunicação, e na gestão pública atuando como coordenador de comunicação da Prefeitura de Santos e assessor de imprensa de dois Prefeitos de Santos, Paulo Alexandre Barbosa e Rogério Santos. Na busca pelo conhecimento do setor público, cursei a especialização em Gestão Pública pela Unifesp para compreender o ambiente no qual atuava como profissional da Gestão Pública na Prefeitura de Santos.

Apesar de ter percorrido um completo caminho nas áreas de Comunicação e do Marketing, entendi que o processo de definição do voto estava além do meu repertório teórico. Por isso, iniciei o Mestrado Profissional em Psicologia, Desenvolvimento e Políticas Públicas para compreender melhor como esse processo se daria. Este foi o percurso para chegar ao campo da Psicologia, essencial para compreender esse momento da escolha do voto pelo eleitor. Por isso, esta pesquisa busca lançar luz sobre as motivações do eleitor, ator que realmente detém a capacidade de mudar o cenário político, de interferir nas decisões do seu município, do Estado ou do País. Sem paixões ideológicas, não discutiremos partidos, ideologias ou bandeiras, mas sim o eleitor.

Por isso, para compreender esse processo, este estudo aborda alguns aspectos importantes que extrapolam o campo da Comunicação, da Psicologia, da Sociologia, da Ciência Política, ou seja, serão utilizados diversos teóricos que transitam de forma intersetorial pelas diferentes áreas, que possuem interligação direta. No campo da Psicologia, utiliza-se como referencial teórico dois conceitos postulados por Freud: o de identificação e sobre a formação dos grupos. Também serão abordadas as emoções, a partir da análise das microexpressões faciais por meio de um software, para validar a identificação com os candidatos e como os eleitores se comportam vendo as propagandas eleitorais.

## INTRODUÇÃO

A Ciência é o único caminho para a produção de conhecimento e a possibilidade de construir um mundo melhor. A partir dela, é possível descortinar novos horizontes e caminhar no sentido de ampliar o desenvolvimento científico, tão essencial para edificar uma sociedade mais justa, solidária e fraterna. Sem reconhecer a sua importância e sem validar os seus resultados, teremos apenas palpites, tal como ocorre com a torcida nos jogos da seleção brasileira de futebol, quando todo torcedor acha que é um técnico. Como destaca Gil (2010, p.2), a ciência parte da necessidade “de obtenção de conhecimentos mais seguros que os fornecidos por outros meios”, e complementa: “constitui um dos mais importantes componentes intelectuais do mundo contemporâneo”. Com este conceito, este trabalho será desenvolvido, utilizando-se de método científico para testagem das hipóteses.

Desta forma, praticar ciência é um caminho para um mundo desconhecido, mas fundamental para descrever fenômenos e entender causas e consequências, independentes dos resultados que dos experimentos sejam produzidos.

O conhecimento científico é objetivo porque descreve a realidade independentemente dos caprichos do pesquisador. É racional porque se vale sobretudo da razão, e não de sensação ou impressões, para chegar a seus resultados. É sistemático porque se preocupa em construir sistemas de idéias organizadas racionalmente e em incluir os conhecimentos parciais em totalidades cada vez mais amplas. É geral porque seu interesse se dirige fundamentalmente à elaboração de leis ou normas gerais, que explicam todos os fenômenos de certo tipo. É verificável porque sempre possibilita demonstrar a veracidade das informações. Finalmente, é falível porque, ao contrário de outros sistemas de conhecimento elaborados pelo homem, reconhece sua própria capacidade de errar. (GIL, 2010, p.3).

Para se chegar ao conhecimento pretendido é imperioso estabelecer o método pelo qual será feito este percurso pelo pesquisador. Lakatos e Marconi (2003) destacam que “assim, o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.” Gil (2010) assinala que o método é diferente entre as ciências, tendo uma diversidade de formatos mais adequados aos objetos aos quais serão utilizados.

Para que um conhecimento possa ser considerado científico, torna-se necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação. Ou, em outras palavras, determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento. Pode-se definir o método como caminho para se chegar a determinado fim. É método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento. (GIL, 2010, p.8).

Como cita Lakatos e Marconi (2003), toda pesquisa parte de um ponto inicial e, neste sentido, a pesquisa bibliográfica passa a ter um papel decisivo, pois permite apropriar-se do conhecimento já estudado seja para refutar os estudos já realizados como para confirmá-los



em outras sociedades. Desta forma, todos os achados possuem valor significativo para a ciência ou ainda para abrir novos percursos independente dos caminhos seguidos.

Pesquisa alguma parte hoje da estaca zero. Mesmo que exploratória, isto é, de avaliação de uma situação concreta desconhecida, em um dado local, alguém ou um grupo, em algum lugar, já deve ter feito pesquisas iguais ou semelhantes, ou mesmo complementares de certos aspectos da pesquisa pretendida. Uma procura de tais fontes, documentais ou bibliográficas, toma-se imprescindível para a não duplicação de esforços, a não "descoberta" de idéias já expressas, a não-inclusão de "lugares-comuns" no trabalho. (LAKATOS e MARCONI, 2003, p. 225)

Dentro deste estudo, a partir da pesquisa bibliográfica realizadas, por exemplo, em Figueiredo (2008) e Dalton (2016), pode-se perceber que teorias consolidadas nos Estados Unidos sobre a identificação partidária foram refutadas por outros estudos no caso brasileiro por conta da realidade social e cultural, além do fato de ser uma democracia recente, como apontam Pereira (2020) e Gethin e Morgan (2021). Enquanto nos EUA há um bipartidarismo, no Brasil há uma vasta quantidade de partidos que representam os mais diferentes estratos sociais. Por isso, Alves-Mazzoti e Gewandszajder (1998, p.183) defendem um maior cuidado na utilização de modelos teóricos americanos e franceses no caso de aplicação nas ciências sociais. “Tais teorias, por terem sido elaboradas em resposta a situações encontradas em outros países, nem sempre são adequadas à compreensão dos problemas latino-americanos.”

Com a ampliação dos estudos a respeito da temática, questionamentos norteadores sobre a definição do voto pelo eleitor permaneceram sem respostas e passaram a ser objeto de observação. Como o eleitor define seu candidato? As propostas apresentadas dentro do plano de governo influenciam este posicionamento? Como os eleitores se apropriam das propostas dos candidatos antes da definição do candidato? Em que momento o eleitor define o voto antes do processo eleitoral? Qual a intensidade de identificação entre eleitor e candidato e entre eleitor e partido? Como essa identificação com o candidato realmente acontece? O comportamento do eleitor é baseado em emoções ou na razão? Como ter acesso às emoções apresentadas pelos eleitores sem que existam filtros?

Com o avanço nos questionamentos formulados, foram estabelecidos recortes para o tema e formuladas hipóteses que norteiam esta pesquisa, o passo seguinte foi o de postular sobre o problema, hipótese e objetivos, etapa indispensável na produção científica, conforme proposta de Lakatos e Marconi (2003, p. 242):

Uma vez formulado o problema, com a certeza de ser cientificamente válido, propõe-se uma resposta "suposta, provável e provisória", isto é, uma hipótese. Ambos, problemas e hipóteses, são enunciados de relações entre variáveis (fatos, fenômenos); a diferença reside em que o problema se constitui em sentença interrogativa e a hipótese, em sentença afirmativa mais específica. A hipótese é um enunciado geral de relações entre variáveis (fatos, fenômenos), formulado com

solução provisória para determinado problema, apresentando caráter explicativo ou preditivo, compatível com o conhecimento científico (coerência externa) e revelando consistência lógica (concorrência interna), sendo passível de verificação empírica em suas conseqüências. (LAKATOS e MARCONI, 2003, p. 242)

Como anota Gil, as pesquisas exploratórias “são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”. Ou seja, tem como principal objeto um tema pouco explorado no qual é necessário desbravar o campo. Para ele, “muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla”. (GIL, 2010, p.27)

Esta é uma pesquisa Exploratória que busca compreender como o eleitor interage no processo de escolha do candidato à presidência da República em 2022, aproveitando o momento de eleição nacional, tendo um olhar sobre os fatores psicológicos, em especial sobre a identificação do sujeito com seu grupo diante deste momento decisivo para a democracia e as emoções vinculadas a essa escolha.

Triviños (1990) ressalta que toda pesquisa pode transitar entre dois mundos qualitativo e quantitativo, sendo possível obter os resultados objetivos por meio de estatísticas e avançar na interpretação do fenômeno de forma mais abrangente. Para ele, o “ideal é estabelecer que existe relação entre os fenômenos uma relação estatisticamente significativa ou não, verificar empiricamente suas hipóteses ou determinar que elas sejam rejeitadas.” (1990, p.118)

Por tanto, a pesquisa, ora apresentada, terá uma abordagem Quantitativa e Qualitativa. A pesquisa terá uma abordagem Quantitativa, uma vez que serão coletados dados estatísticos e dados qualitativos, uma vez que serão coletados dados das experiências individuais dos participantes. A amostra é não-probabilística por convencia, sendo utilizadas 23 pessoas como fonte de informação.

A proposta foi de promover um chamamento de voluntários pelas redes sociais do pesquisador, solicitando eleitores da Cidade de Santos, com um e-mail para contato, onde foi necessário indicar a faixa etária e o sexo para agendamento da pesquisa. O perfil necessário é de santistas, com mais de 18 anos de idade, representativo da população de forma proporcional, abrangendo todas as faixas-etárias.

Serão utilizados dois instrumentos diferentes para a coleta de dados: uma entrevista, com questionário estruturado, e o segundo a análise das expressões faciais pelo Software FaceReader, da Noldus Information Technology, da Holanda. Os voluntários receberão o Termo de consentimento livre esclarecido da pesquisa no qual haverá a explicação do estudo e explicação de que o processo será gravado em vídeo para coleta de dados complementares e

que nenhuma imagem será exposta na dissertação ou publicizada. Além disso, as imagens ficarão de posse do pesquisador e, após a análise e coleta dos dados, elas serão destruídas.

Como descreve Ekman (2003), a vantagem desta forma de coleta de informações, por meio das expressões faciais, é dela representar o que realmente se passa no íntimo das pessoas, sem que haja uma ponderação daquilo que se está sentindo naquele exato momento. Há, ainda, segundo o autor, dificuldades em recordar realmente as emoções que se sentiu, dificultando um resultado próximo à realidade quando se utilizam de questionários para chegar às emoções.

Após a autorização por meio da assinatura do Termo de Consentimento Livre Esclarecido, a pesquisa será iniciada com a entrevista, após isso, serão exibidos três vídeos de até 15 segundos com objetivo de serem verificadores da análise das emoções pelo software, um com conteúdo alegre, para gerar emoções positivas, outro neutro e um terceiro com conteúdo para gerar emoções negativas, como raiva e angústia. Então, serão apresentados vídeos de propaganda eleitoral. Os vídeos dos candidatos tiveram cerca de 1 minuto de duração com mensagens selecionadas das redes sociais sobre programas ou ações relevantes dos candidatos. Ao todo, são estimados 15 minutos para a exibição dos vídeos e a realização do questionário, com tempo estimado entre chegada e saída do participante de até 25 minutos.

Os resultados da entrevista com questões abertas serão analisados a partir de Bardin (1977), criando categorias para obtenção dos resultados. Como aponta Bardin (1977, p.101), os resultados serão tratados com o objetivo de obter resultados “significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos”.

### **Tema**

Emoção e identificação na definição do eleitor: um estudo dos elementos que definem o voto.

### **Problema**

De que maneira as emoções despertadas diante das propagandas eleitorais e a identificação com o candidato contribuem para a definição do voto?

### **Hipótese**

A identificação com o candidato à presidência, despertadas pelas emoções, são determinantes para a definição do voto.

### **Objetivo Geral**

Compreender se as emoções despertadas pelas propagandas eleitorais e os elementos que geram identificação com os candidatos à presidência são relacionados com a intenção de voto.

### **Objetivos Específicos**

Identificar e analisar as principais emoções dos eleitores diante das propagandas eleitorais.

Apurar os elementos que geram identificação dos eleitores com os candidatos à presidência.

### **Desenvolvimento**

Desta forma, o presente trabalho foi estruturado da seguinte maneira: No Capítulo 1 serão abordadas as bases históricas da democracia, um sistema pensado por Aristóteles há mais de 2 mil anos e que é a referência do que conhecemos hoje em termos de organização política. Trazemos ainda o que pensadores atuais denominam de crise da democracia, a queda de participação dos eleitores nos pleitos e os impactos das novas tecnologias no sistema político. Vale destacar que a democracia brasileira é recente, com 32 anos da última Constituição, quando saiu do Regime Militar, e que nos últimos 200 anos, o País passou por diferentes regimes. Também será apresentado o uso de ferramentas de comunicação para o relacionamento com o público e o eleitor, antes e durante as eleições.

No Capítulo 2 trazemos a discussão sobre as teorias e estudos realizados sobre o comportamento do eleitor, com foco nas principais linhas: Sociológica, Psicossociológica e Racional. Também são trazidas teorias sobre a esfera pública e difusão de informação, importantes para compreender o processo pelo qual o eleitor se informa e participa do para a definição do voto. Como novidade dentro do processo democrático estão as redes sociais com potenciais positivos e negativos para influenciar o cidadão. O principal deles trata-se dos algoritmos que manipulam o que os usuários encontram nas redes sociais, de acordo com suas preferências, e permite ainda o aglutinamento de pessoas que dificilmente se encontrariam nos espaços públicos existentes até o momento.

No Capítulo 3, a abordagem será do ponto de vista psicológico. Para tanto, buscamos na teoria da identificação e de grupos, a partir de Freud, entender o fenômeno pelo qual se define o comportamento. A identificação tem início na infância e acompanha o homem durante toda a sua vida, podendo acontecer de forma consciente ou inconsciente. Esta

vinculação a um objeto leva o sujeito a adotar alguns dos seus atributos de forma parcial ou total.

Já no Capítulo 4 a discussão perpassa sobre os aspectos emocionais, que interferem em todo o processo de escolha, incluindo o voto, e são fundamentais para a vida do sujeito. A emoção é parte inerente da vida de qualquer sujeito e que todos, em algum momento, percebem os alertas que o corpo dá, diante de algum acontecimento. Aqui, adotamos o conceito apresentado por Damásio (1994), de que a razão só é racional se ela for permeada pelas emoções, ou seja, a junção de emoção e razão.

No Capítulo 5 apresentamos os resultados da pesquisa com as análises do questionários e o resultado obtido pelo software de análise das micro-expressões faciais. Nesta etapa, são descritas as emoções despertadas pelos candidatos nos vídeos e as emoções autorrelatadas por cada eleitor em relação ao seu candidato. Este processo busca compreender o comportamento do eleitor na definição do voto.

A partir dos resultados do estudo, vamos apresentar uma proposta de modelo de cobertura da imprensa ao processo eleitoral, de forma a garantir menor interferência ao processo de escolha do eleitor, garantir maior ênfase às propostas dos candidatos apresentadas pelo plano de governo, destacar a experiência em relação a cargos públicos e acompanhar o que cada candidato faz publicamente durante o período eleitoral, como forma de contribuir para uma decisão baseada no que é melhor para a coletividade. O objetivo é garantir a imparcialidade e transparência dos veículos de comunicação neste momento tão importante para o processo democrático que é a eleição e permitir que o eleitor tenha uma escolha baseada em informações verificadas e isentas.

## CAPÍTULO 1 – SOCIEDADE E POLÍTICA

### 1.1 O HOMEM E A POLÍTICA

Uma das primeiras referências que temos da formação social e política, ainda hoje, vem de Aristóteles, discípulo de Platão, que deixou extensa obra a respeito do tema. Ele nasceu em 384 a. C, em Trácia, na costa do Mar Egeu, e foi em Atenas que iniciou seus estudos e onde mais tarde lecionou no seu Liceu, distinguindo-se como um acadêmico reconhecido pelo trabalho (KURY, 1985).

O filósofo destaca que a natureza humana nos coloca em sociedade, com objetivos e interesses em comum, o que garante segurança e permite a sobrevivência. Aristóteles (1985, p.1253a) define o homem como um animal cívico, sendo na sua análise “muito mais do que a abelha ou outro animal gregário, é um animal social”. Neste caso, a comunidade constituída a partir dos vários povoados transforma-se na Cidade definitiva.

Estas considerações deixam clara que a Cidade é uma criação natural, e que o homem é por natureza um animal social, e um homem que por natureza, é não por mero acidente, não fizesse parte de cidade alguma, seria desprezível ou estaria acima da humanidade (como o sem clã, sem leis, sem lar de que Homero fala com escárnio, pois ao mesmo tempo ele é ávido de combates) e se poderia compará-lo a uma peça do jogo de gamão (ARISTÓTELES, 1985, p. 1253a).

No entanto, ele ressalta (1985, 1280b) que “a Cidade é formada não somente com vistas a assegurar a vida, mas para assegurar uma vida melhor”, este organismo que reúne sociedades particulares, corporações religiosas e todas as suas instituições, formadas pelas cidades e Comunidades, em busca do viver-bem.

É evidente, portanto, que uma cidade não é apenas uma reunião de pessoas num mesmo lugar, com o propósito de evitar ofensas recíprocas e de intercambiar produtos. Este propósito são pré-requisitos para a existência de uma cidade, mas isto não obstante, ainda que todas estas condições se apresentem este conjunto de circunstâncias não constitui uma Cidade; esta é uma união de famílias e de clãs para viverem melhor, com vistas a uma vida perfeita e independente. (ARISTÓTELES, 1985, p.1281a )

Touchton, Sugiyama, Wampler (2020) definem três percursos importantes relacionados ao bem-estar social, perpassando pelas instituições participativas com processos institucionais; políticas sociais destinadas a atender e capacitar cidadãos em busca de oportunidades e liberdade; e a capacidade do Estado em fornecer bens públicos ao cidadão e garantir a proteção aos direitos civis e políticos, por exemplo.

Aristóteles classifica em três formas de governo: Monarquia, Aristocracia e República; A primeira refere-se a quando o governo está na mão de um só, a segunda quando está nas mãos de uma minoria e o último quando o poder está nas mãos da maioria. Por isso, assinala

que a “tirania é o governo despótico exercido por um homem sobre o Estado, que a oligarquia representa o governo dos ricos e a democracia o dos pobres ou das pessoas pouco favorecidas” (ARISTÓTELES, 1985, p.1293a).

John Locke, que viveu entre 1632 e 1704, explicou a união de homem e mulher como um passo necessário da natureza para garantir a procriação e a sobrevivência da prole. O filho da espécie humana, argumentou, leva mais tempo e cuidados do que os outros animais para sobreviverem sobre suas próprias expensas, o que faz com que haja permanentemente a presença dos pais para garantir alimentação, cuidados e educação para as novas gerações (LOCKE, 1998, p.453). Neste sentido, há a necessidade de se criar regras de proteção e controle de forma a garantir o sucesso da coletividade.

Mas, como nenhuma sociedade política pode existir ou subsistir sem ter em si o poder de preservar a propriedade e, para tal, de punir os delitos de todos os membros dessa sociedade, apenas existirá sociedade política ali onde cada qual de seus membros renunciou a esse poder natural, colocando-o nas mãos de um corpo político em todos os casos que não impeçam de apelar à proteção da lei por ela estabelecida. E assim, tendo sido excluído o juízo particular de cada membro individual, a comunidade passa a ser árbitro mediante regras estabelecidas, imparciais e idênticas para todas as partes, e, por meio dos homens que derivam sua autoridade da comunidade para a execução dessas regras, decide todas as diferenças que por ventura ocorram entre quaisquer membros dessa sociedade acerca de qualquer questão de direito e pune com penalidades impostas em lei os delitos de qualquer membro tenha cometido contra a sociedade (LOCKE, 1998, p.458).

Com isso, há uma mudança do homem do *estado da natureza* para a *sociedade política*, onde passa a viver sob a luz da justiça em que pode recorrer para decidir sobre eventuais controvérsias, punir aqueles que cometem violações e reparar os danos que venham a ser causados aos membros da sociedade. Desta forma, a *sociedade política* passa a definir e regular a vida na *sociedade civil* (LOCKE, 1998, p.458).

Por tanto, sempre que qualquer número de homens estiver unido numa sociedade de modo que cada um renuncie ao poder executivo da lei da natureza e o coloque nas mãos do público, então, e somente, então, haverá uma sociedade política ou civil. E tal ocorre sempre que qualquer número de homens no estado da natureza entra em sociedade para formar um povo, um corpo político sob um único governo supremo, ou então quando qualquer um se junta e se incorpora a qualquer governo já formado. Pois, com isso, essa pessoa autoriza a sociedade ou o que vem a ser o mesmo, o legislativo desta a elaborar leis em seu nome segundo o exija o bem público, a cuja execução sua própria assistência é devida (LOCKE, 1998, p.460).

Neste contexto, o Estado teria a função de contribuir para garantir a efetividade da virtude, levando ao bem maior, que Aristóteles classifica como felicidade. De acordo com o pensador, dentro do regime democrático, existiriam algumas funções específicas para garantir este objetivo, entre elas as dos juízes ou conselhos como forma de regular as ações do Estado e impedir que injustiças fossem cometidas.

O papel de todos os envolvidos neste processo de construção social, segundo Aristóteles, deve permear o espírito do membro da sociedade:

Admitindo-se, então, que isto seja necessário, evidentemente há também necessidade de justiça e talento político, igualmente indispensáveis à administração de uma cidade, com a diferença de que riqueza e liberdade são indispensáveis à própria existência da cidade, enquanto a justiça e o talento político são indispensáveis à sua própria administração. (ARISTÓTELES, 1985, p. 1283a )

Neste mesmo objeto, Jean-Jacques Rousseau, no século XVII, volta a debater a temática do ambiente público, dos regimes e da formação da sociedade, com relevantes reflexões acerca da prática. Ele encontra na família o primeiro modelo de sociedade política, com o pai representando também como líder, mesmo sentido utilizado por Aristóteles e Locke. Segundo Rousseau, este caminho se dá por agregação com a soma de forças com o concurso de diversos atores com a força e a liberdade determinantes para tal ato.

Encontrar uma forma de associação que defenda e proteja de toda a força comum a pessoa e os bens de cada associado, e pela qual, cada um, unindo-se a todos, não obedeça portanto senão a si mesmo, e permaneça tão livre como anteriormente. Tal é o problema fundamental cuja solução é dada pelo contrato social. (ROSSEAU, 2002, p9)

Realizado a partir de um acordo tácito, sem que sejam propriamente discutidas entre seus membros, este Contrato Social indicado por Rousseau, impõem a uma alienação dos direitos pessoais em favor do coletivo. Passa da condição natural, dos instintos, para o estado civil, onde haveria de se ouvir a razão. Desta perspectiva estabelece-se uma condição de igualdade entre todos, restando ao Estado a autoridade sobre todos.

Cada um de nós põe em comum sua pessoa e toda a sua autoridade, sob o supremo comando da vontade geral, e recebemos em conjunto cada membro como parte indivisível do todo. Logo, ao invés da pessoa particular de cada contratante, esse ato de associação produz um corpo moral e coletivo, composto de tantos membros quanto a assembléia de vozes, o qual recebe desse mesmo ato sua unidade, seu eu comum, sua vida e sua vontade. A pessoa pública, formada assim pela união de todas as outras, tomava outrora o nome de cidade , e toma hoje o de república ou corpo político, o qual é chamado por seus membros: Estado, quando é passivo; soberano, quando é ativo; autoridade, quando comparado a seus semelhantes. No que concerne aos associados, adquirem coletivamente o nome de povo, e se chamam particularmente cidadãos, na qualidade de participantes na autoridade soberana, e vassallos, quando sujeitos às leis do Estado. (ROSSEAU, 2002, p11)

Locke (1998) ressalta que apesar do consentimento para estabelecimento de um corpo político, não se tem registros de modelos anteriores, visto que todos os períodos onde há registro histórico da sociedade tem-se referências aos governos.

Por conseguinte, todo homem, ao consentir com outros em formar um único corpo político sob um governo único, assume a obrigação, perante todos os membros dessa sociedade, de submeter-se à determinação da maioria e acatar a decisão desta. Do contrário, esse pacto original, pelo qual ele, juntamente com outros, se incorpora a uma sociedade, não teria nenhum significado e não seria pacto algum, caso ele fosse



deixado livre e sob nenhum outro vínculo além dos que tinha antes no estado da natureza. (LOCKE, 1998, p 470)

Assim, acredita Rosseau (2002, p.14), que o bem comum é o foco das forças do Estado, que deixa de lado os interesses particulares para o estabelecimento das sociedades. Os laços sociais são o ponto de convergência, onde “a sociedade deve ser governada”. Rosseau destaca ainda que “a soberania senão o exercício da vontade geral, jamais se pode alienar, e que o soberano, que nada mais é senão um ser coletivo”. Locke (1998, p.469), no mesmo sentido, esclarece que o consentimento forma uma comunidade, um “corpo único, com poder de agir, o que se dá pela vontade e determinação da maioria”.

Rousseau (2002, p.15) observa ainda com cuidado a execução da vontade da maioria e os riscos dos processos de escolha, independente do processo democrático. A vontade da população é o bem público, buscando “sempre o próprio bem, porém nem sempre se o vê: nunca se corrompe o povo, mas se o engana com freqüência”.

Martinez (1990, p.11) assinala que após a percepção da necessidade de mudanças do feudalismo, o racionalismo norteou o pensamento político nos primeiros anos do século XVIII. Segundo ele, coube a Montesquieu encontrar a fórmula política adequada a qual conhecemos e é difundida, com a “famosa lei dos três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário), independentes mas harmônicos”.

Na concepção original, o Poder Executivo seria exercido pelo rei, garantindo assim a continuidade da monarquia; o Poder Judiciário caberia à aristocracia, que era a classe social predominante; o Poder Legislativo, representando a democracia, seria exercido pela burguesia, que era a classe social emergente, com forças para conquistar seu lugar no poder. Na forma republicana de governo, esse esquema foi mantido sem maiores dificuldades: o presidente substituiu o rei, o Judiciário jamais perdeu o caráter de elite que ainda hoje apresenta, e o Legislativo tem a função de representar o povo. (MARTINEZ, 1990, p. 11)

Para Montesquieu (2001, p.8), que viveu entre 1689 a 1755, a definição de democracia é muito simples: “quando, na república, o povo em conjunto possui o poder soberano, trata-se de uma Democracia”, por isso ele destaca que o sufrágio é o momento mais importante, pois é a partir dele que serão possíveis as escolhas para os momentos futuros.

As definições históricas sobre a democracia e formas de governo, mas que ainda hoje são válidas, permitem uma compreensão mais ampla sobre a importância do processo eleitoral, momento do processo, no qual o eleitor pode escolher seu representante de forma direta. O homem como ser que vive em sociedade e, para o bem-viver, é necessário definir e estipular regras. Apesar das bases sólidas, há preocupação do momento atual deste regime.

## 1.2 CRISE DA DEMOCRACIA

Esse modelo político tem sido considerado em crise por parte de teóricos e analistas, sendo questionado com maior intensidade a partir do século XXI. A crise do Estado, de acordo com Castell (1999, p.346), emerge a partir do impacto da globalização e da reestruturação do capitalismo sobre a legitimidade do Estado. Esse novo elemento levaria ao “desmantelamento parcial do Estado do bem-estar social, a desorganização das estruturas produtivas tradicionais aumentando a instabilidade de emprego e a extrema desigualdade social”. Neste contexto, o capitalismo ganhou maior destaque do que o bem-estar social, levando a insatisfação de parcela da comunidade.

No caso dos Estados Unidos, a crise do patriarcalismo, com raízes na economia informacional e no desafio imposto pelos movimentos sociais, acentuou a insegurança e o medo entre amplos segmentos da população, afastando-os tanto das instituições jurídicas e políticas que haviam sido receptivas aos direitos das mulheres quanto ao Estado secular. Para uma parcela significativa da população, esse processo levou ao entrenchamento em defesa de Deus, da família e da comunidade, como valores eternos acima de qualquer contestação social. (CASTELLS, 1999, p.346)

Para Castells (2013), os processos de mudança ganharam uma nova realidade com o ambiente digital também dando maior impulso aos movimentos sociais. Neste caso, estariam sendo como ambiente de aglutinação dos grupos as redes sociais, um local no qual não se tem controle.

Ao longo da história, os movimentos sociais foram e continuam a ser as alavancas da mudança social. Geralmente se originam de uma crise nas condições de vida que torna insustentável a existência cotidiana para a maioria das pessoas. São induzidas por uma profunda desconfiança nas instituições políticas que administram a sociedade. A conjunção de degradação das condições materiais de vida e crise de legitimidade dos governantes encarregados de conduzir os assuntos públicos leva as pessoas a tomar as coisas em suas próprias mãos, envolvendo-se na ação coletiva fora dos canais institucionais prescritos para defender suas demandas e, no final, mudar os governantes e até as regras que moldam suas vidas. (CASTELLS, 2013 , p.127)

Castells (2013) aponta também para a conexão emocional em rede que leva a ação e mobilização dos novos movimentos sociais digitais. Esta ação, individual ou coletiva, seria essencialmente emocionalmente motivadas por algumas mudanças que impactam a sociedade.

... a manutenção da ordem social e a estabilidade das instituições políticas expressam relações de poder exercidas, se necessário, pela intimidação e, em último recurso, pelo uso da força. Assim, na experiência histórica e na observação dos movimentos analisados neste livro, os movimentos sociais muitas vezes são desencadeados por emoções derivadas de algum evento significativo que ajuda os manifestantes a superar o medo e desafiar os poderes constituídos apesar do perigo inerente a suas ações. (CASTELLS, 2013 , p.127)

A própria crise financeira de 2008 (Moreira, 2020) é apontada como um dos fatores que reforçaram a instabilidade econômica e social, reduzindo os direitos e as garantias dos

trabalhadores. Esse ambiente tem levado a mudanças das posturas dos eleitores e a uma instabilidade social em várias partes do mundo.

Chegamos nesse passo a um sintoma tido como típico da atual crise das democracias liberais: a eleição de candidatos que se colocam ao lado do povo contra o sistema político e econômico vigentes. Os estudos aqui avaliados veem na eleição desses outsiders um sintoma ou um efeito do descontentamento popular no cenário contemporâneo. Trata-se de lideranças que souberam aproveitar e capitanear o sentimento *antiestablishment*, receberam apoio de parte das elites políticas tradicionais e conseguiram, assim, chegar ao poder, como Macron na França, aqui já citado. (MOREIRA, 2020, p.26)

Bresser-Pereira (2021) aponta nos Estados Unidos, uma das grandes democracias utilizadas como referência, que o liberalismo econômico foi incompatível com o desenvolvimento econômico, influenciados pela crise econômica de 2008 uma das causas para a crise política atual, que como consequência leva a uma maior desigualdade social, e que desencadeará a novos rumos.

Para legitimar o liberalismo econômico, esses financistas recorrem à teoria econômica neoclássica – uma teoria econômica que voltou, a partir da virada neoliberal, a ser dominante nas universidades e pretende dar fundamento “científico” à ideologia neoliberal. Essa fase, ao excluir o Estado e tentar tornar o mercado a única instituição de coordenação econômica do capitalismo, se caracterizará por baixo crescimento, alta instabilidade financeira e brutal aumento da desigualdade. Por isso, de modo não surpreendente, ela termina cedo, com a grande crise financeira de 2008. Desde então, o liberalismo econômico está mais uma vez desmoralizado; as economias ricas crescem de maneira muito lenta, os bancos centrais emitem moeda para reduzir a taxa de juros que se torna negativa, caracterizando-se uma “estagnação secular”, e também para financiar a despesa pública durante a pandemia da Covid-19, sem que a demanda es quente e haja inflação (BRESSER-PEREIRA, 2021, p. 4)

Os impactos para essas mudanças seriam multifatoriais, podendo se apresentar de muitas formas nas diferentes nações, como partindo da esquerda, no México, ou da direita nos Estados Unidos. O ponto convergente, segundo Castells (1999, p. 347) é que o Estado “foi incapaz em oferecer proteção conforme havia prometido”. Além disso, não entregou os compromissos de bem-estar-social como pretendido.

Existe, portanto, uma relação visível e significativa, em termos de análise, entre globalização, internacionalização, reestruturação do capitalismo, movimentos sociais fundamentados na identidade e crise de legitimidade política nos Estados norte-americano e mexicano, embora tais aspectos assumam formas diferentes específicas àquela sociedade. (CASTELLS, 1999, p. 347)

Desta forma, haveria a possibilidade de estabelecer formalmente um contrapoder em relação a condição atual. Castells (1999) destaca ainda a existência de uma crise de legitimidade crescente, ampliada pela falta de credibilidade do sistema político e a forte concorrência entre partidos como mais uma agravante ao modelo atual.

Defendo a ideia de que tais estados não poderão e, efetivamente, não irão sustentar a democracia (isto é, a democracia liberal), pelo fato de que os princípios básicos de

representação entre os sistemas (cidadania nacional e identidade única) são essencialmente contraditórias. (CASTELLS, 1999, p. 402)

Castells (2010) desenvolveu a teoria da “política informacional” a partir da análise dos impactos da mídia de massa e a transformação da tecnologia no processo de informação e de comunicação. Esse movimento estaria causando impactos diretos à democracia. Para ele, a principal consequência da crise atual não seria no sentido de caminhar para um outro modelo, por exemplo, autoritário, mas de legitimidade, pela desconfiança presente nas instituições.

Ele argumenta que os constantes confrontos, ocorridos a partir de disputas eleitorais ou políticas, têm prejudicado a imagem desses homens públicos. Isso porque como “os líderes políticos são a cara da política” e “a arma política mais potente é o descrédito da persona do oponente” há grandes embates com críticas e denúncias das mais diferentes intensidades no ambiente público. O resultado desta disputa, para ele, não é o desgaste de um político atingido, mas em todos os políticos, comprometendo o sistema como um todo.

Por exemplo, a opinião pública sobre Bill Clinton não foi desvalorizada por suas mentiras em relação ao caso Mônica Lewinsky. A razão para isso é que a maior parte dos cidadãos consideram todos os políticos igualmente imorais, e, por isso, eles usam outros critérios que não o da moralidade para decidir suas preferências. Entretanto, as evidências disponíveis apontam também para o fato de que o que se deteriora como resultado de repetidos escândalos é a credibilidade dos partidos políticos, dos políticos e das instituições governamentais como um todo. (CASTELLS, 2010, p.27)

Esse tipo de ataque acontece em toda a campanha eleitoral (Borba, 2019) em maior ou menor grau dependendo da temperatura da disputa. Analisando o pleito a presidente do Brasil de 2014, em especial os spots de rádio e TV, debates, mensagens no Facebook, entrevistas no jornal o Globo e no Jornal Nacional, Borba encontrou ataques em 36,5% das mensagens publicadas pelos três principais candidatos: Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Marina Silva (PSB) quando avaliados os dois turnos eleitorais.

A exploração do ataque como estratégia de campanha ficou ainda mais agressivo no segundo turno. Se no primeiro turno, as mensagens negativas representaram 28,8%, no segundo turno o percentual deste tipo de propaganda saltou para 46,5%, chegando a quase metade de toda produção de conteúdo do candidato, o que demonstra a busca constante da crítica e de desconstrução do adversário. Esse estudo mostra o quão exposto os eleitores estão a este tipo de mensagem que ameaça a credibilidade do processo eleitoral

No Brasil, os segundos turnos são mais negativos em função de uma conjunção de fatores. O sistema político brasileiro, caracterizado pelo multipartidarismo, sendo a escolha do presidente decidida em dois turnos eleitorais, influencia o volume dos ataques pelo dilema de custo e benefício enfrentado, distinto daquele existente no sistema norte-americano com dois partidos de maioria simples. Na disputa com mais de dois competidores, os benefícios da propaganda negativa são dispersos no sentido de que podem se dividir entre diferentes partidos e não beneficiar aquele que se

engajou no ataque – enquanto que o custo é exclusivo de quem ataca. (BORBA, 2019, p. 48)

A escolha do ataque tem como objetivo diminuir a intenção de voto e conquistar espaço. As mensagens podem possuir um viés político, pessoal ou mesclar as duas. De acordo com Borba (2019, p.49), “os ataques pessoais ressaltam, por exemplo, as falhas individuais dos candidatos, sua falta de preparo, experiência e falta de honestidade.” Já os ataques com mensagens políticas, complementa, são relacionados “às propostas políticas públicas dos adversários, chamando a atenção para a sua falta de viabilidade técnica ou orçamentária”.

Para a difusão, são utilizados os meios de comunicação tradicionais e, recentemente, as redes sociais. O alcance da comunicação de massa é forte, por isso, a discussão sobre as funções e o poder das mídias é longo e possui uma série de teorias a respeito. Algumas das questões que ainda estão presentes foram apresentadas por Merton e Lazarsfeld, em 1948. Martino (2013, p. 31) aponta na teoria deles três aspectos fundamentais dos meios de comunicação: função de conferir o status “definir o que possui importância dentro da sociedade”; reforço das normas sociais “reforço de padrões tidos como certos e controle do indivíduo”; e disfunção narcotizantes “a mídia deixa a sociedade menos atenta ao que se passa ao redor”.

Apesar das críticas, Castells (1999) encontra esperança no sistema. A primeira das possibilidades é a recriação do Estado local, com atuação conjunta de governos regionais e locais, “buscando a descentralização” e a “participação dos cidadãos”. A segunda perspectiva, para ele, seria no campo de garantir a efetiva democratização dos meios de comunicação de massa, inclusive pela internet, de forma horizontal e aprimorando a participação política. A última seria o desenvolvimento da política simbólica e a mobilização política em torno de causas “não-políticas”, como causas humanitárias.

Azevedo e Brule (2021, p. 12), analisando aspectos da democracia e o ciberespaço, apontam para a necessidade de um olhar cuidadoso quando observadas as comunidades mais pobres, onde há pouco uso das ferramentas digitais para acesso, o que poderia aumentar o fosso entre pobres e ricos do ponto de vista de participação. Em última análise, de acordo com os autores, “o ciberespaço como democracia digital pode aprofundar ainda mais as diferenças sociais no sistema democrático, especialmente em países com graves desigualdades socioespaciais, como o Brasil”.

Santos, Castro e Hoffmann (2021), por outro lado, apontam a judicialização do processo democrático, fenômeno chamado de *hardball*, como um dos pontos críticos de modo que esse excesso de ações podem atacar e enfraquecer o próprio sistema democrático. Esta

forma de ataque, diferente de outros tempos, onde havia golpes ou insurreições de fora para dentro do sistema, está sendo caracterizada, agora, como de dentro para fora do sistema.

Nesse sentido, as elites políticas tanto à esquerda quanto à direita do espectro político e na esteira da judicialização das contendas políticas, buscam resolver seus impasses se valendo do uso do *hardball*, à revelia das instituições democráticas, num novo contexto agravado pela ascensão do populismo no mundo e em particular no Brasil, nos últimos anos, que levam nossa jovem democracia a um estado inercial. (SANTOS, CASTRO e HOFFMANN, 2021, p.135)

Um dos principais teóricos da reforma gerencial do Estado Brasileiro, Bresser-Pereira (2021), acredita que as instituições democráticas sairão fortalecidas de todo o processo histórico de lutas, em que passou pelas diferentes etapas de desenvolvimento. Essa resistência da sociedade e das classes trabalhadoras, em que gera o confronto de modelos, será responsável por garantir um novo modelo, que ele chama de “gerencialismo democrático”.

Proponho que está surgindo uma nova forma de organização social que denomino “gerencialismo democrático”. Antes de começar a escrever esse livro, eu era crítico dos que afirmavam que o capitalismo estava morrendo; o que está morrendo, eu dizia, é o capitalismo neoliberal. Revi, porém, essa posição quando me convenci de que a classe capitalista e o capitalismo havia esgotado sua capacidade de promover o desenvolvimento econômico e, mais amplamente, o progresso humano e, afinal, vi surgirem pistas indicando a emergência de uma nova forma de organização social posterior ao capitalismo que denomino “gerencialismo democrático”. Essa formação social não é uma fase do capitalismo, mas um novo modo de produção, que se configura quando a burguesia é substituída pela classe profissional no processo de acumulação de capital. A classe dominante será agora a classe gerencial pública e privada. Na nova coalizão de classes, a classe capitalista terá um papel secundário, na medida em que, a cada dia, se acelera a transferência do controle da acumulação de capital dos capitalistas para os gestores das grandes empresas privadas e as decisões de política econômica que estimulam ou desencorajam essa acumulação, para os políticos profissionais e servidores públicos. (BRESSER-PEREIRA, 2021, p.5)

Como visto, as análises do enfraquecimento da democracia não apontam para o fim deste sistema, mas demonstram algumas pedras que estão no caminho e que podem ser superadas de acordo com a maturidade de cada regime, a partir da consolidação do regime no próprio País. Por isso, a seguir passamos a abordar sobre o processo de redemocratização e o estágio da democracia brasileira.

### 1.3 SISTEMA POLÍTICO BRASILEIRO

O Brasil viveu uma série de modelos políticos, passando pela Monarquia, República e Ditadura até chegar ao sistema democrático com a Constituição de 1988, ou seja, um regime democrático recente, de 33 anos após o golpe militar de 1964. Essa conquista se deu em grande parte por movimentos populares pela democratização iniciados em 1983, percorrendo um longo caminho até chegar a promulgação da Constituição em 1988 (SALLUM, 2021).

A independência de Portugal foi obtida em 7 de setembro de 1822, há exatos 200 anos, antes disso o Brasil era colônia de Portugal e a ele submetido, período que é chamado de Império. Em seguida, tem a Primeira República, de 1889 a 1930; Já de 1930 a 1937 é o período de Refundação da República; de 1937 a 1945 foi o período do Estado Novo, com a Ditadura instituída por Getúlio Vargas. O País segue por um período de redemocratização, que vai de 1945 a 1964, interrompido novamente por um golpe militar, que durou de 1964 a 1985, seguido da Nova República, até os dias atuais (Cajado, Dorneles e Pereira, 2014).

Martinez (1990, p. 18) argumenta que apesar dos avanços obtidos por meio de movimentos estarem ligados a ações de grupos específicos que nunca deixam o poder, a história política brasileira tem uma “característica muito peculiar”, e que, por conta disso, as “mudanças renovadoras são sempre muito lentas”.

O motivo é que as grandes mudanças têm sido introduzidas pelas forças conservadoras, que as implantam quando não podem mais impedi-las e, assim, continuam exercendo papel preponderante em cada nova ordem das coisas. Tiradentes e outros heróis nacionais morreram lutando pela independência do Brasil, mas quem a proclamou foi o príncipe português D. Pedro, para que o País continuasse subjugado ao colonialismo das potências europeias da época. Os abolicionistas condenaram a escravidão, mas quem a aboliu foi a princesa imperial e o governo dirigido pelo Partido Conservador. Os republicanos difundiram o novo regime, mas quem proclamou a República foram os marechais e os conselheiros do Império. (MARTINEZ, 1990, p. 18)

Segundo ele, essa característica precisa “ser lembrada sempre que se procura entender os acontecimentos políticos ao longo da história até hoje, inclusive o fato de algumas personalidades manterem-se no alto do poder durante décadas seguidas”. Na visão de Martinez (1990), essa condição acaba “refreando as mudanças inevitáveis, garantindo ritmo lento para as transformações urgentes de que carecemos e, principalmente, garantindo seu quinhão de poder”.

Fucks, Casalechi e Ribeiro (2019, p.16) apresentam o argumento de Salinas e Both (2011) sobre o qual os anos de experiência de democracia desenvolvem as condições para a formação de atitudes democráticas, permitindo uma “aculturação”, que nada mais é do que o aprendizado e internalização dos princípios da democracia. Eles alertam também para o fato de que “não é só o tempo de duração da democracia que importa, mas também a qualidade das suas instituições nesse período”. Por isso, a importância de garantir a independência e a harmonia entre os poderes, um dos princípios já apontados por Montesquieu.

Ainda de acordo com Fucks, Casalechi e Ribeiro (2019) os fatores contextuais são fundamentais para a manutenção da democracia, apontando dois pontos centrais: econômico e social. Na análise deles, o primeiro é que anos contínuos de democracia associados a índices positivos de riqueza, escolaridade, mobilidade social e desenvolvimento humano elevam o

apoio às democracias na América Latina. O outro argumento é o que eles denominam “coesão democrática”, que essas atitudes dentro de um regime democrático passam por um “sistema de crenças” com atitudes que convergem para os princípios democráticos, oferecendo a legitimidade para a manutenção do sistema.

Outro aspecto relevante é a relação de forças políticas com os aspectos econômicos (SALLUM,2021), (SANTOS, CASTRO e HOFFMANN, 2021) que levaram a derrocadas dos governantes, no caso dos *impeachments* dos presidentes Fernando Collor de Mello e Dilma Rousseff. Sob esta ótica, há uma relação da insatisfação das forças políticas relacionada à deterioração econômica, ou seja, a pressão social gerou um impacto político devido ao baixo crescimento econômico, distribuição de renda e as desigualdades.

A consequência de todas essas condições foi que nas últimas eleições, houve redução na participação dos eleitores. O quadro de votação para Presidente da República desde a Constituição de 1998 registra o crescimento da ausência dos eleitores no processo de escolha democrática, com menos brasileiros participando deste momento. Se no primeiro processo eleitoral, com uma grande quantidade de candidatos e retornando de um regime ditatorial, foi registrado o menor índice de ausência, com 15%, nos últimos dois pleitos chegou-se a 27% do eleitorado que deixou de participar do processo, entre os que não foram, votou em branco ou nulo no primeiro turno para presidente da República.

Nas três décadas de democracia, a quantidade de eleitores aptos a votar aumentou 53%, de 94 milhões de eleitores, em 1989, para 147 milhões, em 2018. Já o crescimento de pessoas que deixaram de participar do pleito foi de 233%, saindo de 12,4 milhões de brasileiros, em 1989, para 40,2 milhões de brasileiros na última eleição.

**Tabela 1 - Participação dos eleitores na votação para presidente primeiro turno**

Ano	Total de eleitores	votos válidos	% de ausência e total de eleitores	Branco, nulo e ausentes
2018	147.306.275	107.050.749	27%	40.255.526
2014	142.820.753	104.023.802	27%	38.796.951
2010	135.804.433	101.590.153	25%	34.214.280
2006	125.913.479	95.996.733	24%	29.916.746
2002	115.254.113	84.952.512	26%	30.301.601
1998	106.100.596	67.722.303	36%	38.378.293
1994	94.732.410	63.285.633	33%	31.446.777
1989	82.074.718	69.631.012	15%	12.443.706

Fonte: elaboração do Autor com dados do TSE



É possível inferir que diante dessa mudança registrada nas últimas décadas houve comprometimento de participação. O volume de pessoas que deixou de participar com seu voto no primeiro turno em 2018 foi de 40,2 milhões de eleitores, quantidade superior ao total de votos obtidos no primeiro turno pelo segundo candidato na disputa, o Fernando Haddad (PT), que na época obteve 31,3 milhões de votos. A insatisfação do eleitor tem se ampliado nos últimos anos quando analisamos a participação dos eleitores no processo eleitoral, com crescimento de abstenções, votos brancos e nulos. O eleitor não está se identificando com nenhum candidato, não consegue fazer a sua escolha para o momento do voto e não se reconhece com o sistema presente.

A insatisfação das pessoas com o funcionamento das democracias atuais evidencia os limites do modelo de democracia hoje predominante nas sociedades capitalistas, que têm como consequência uma desilusão com a política partidária, uma desconfiança em relação às instituições democráticas, um descontentamento com os representantes políticos (dado o agravamento sem precedentes da crise social, o aumento da corrupção e a falta de compromisso com os ideais democráticos), assim como uma falta, por parte dos cidadãos, em participar de uma eleição. (ALMEIDA, BARROS, MACEDO, 2021, p. 453)

A eleição presidencial de 2018 ocorreu em meio a um longo processo judicial em Curitiba, no qual a força-tarefa da Lava-Jato levou a prisão, em abril de 2018, a seis meses das eleições, o candidato com maior intenção de votos até aquele momento no cenário, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Pouco antes do encerramento do período de inscrição dos candidatos, o PT lançou o ex-prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, na disputa pelo cargo de presidente, com o apoio do ex-presidente Lula, já preso.

Outro fato discutido como relevante na escolha dos eleitores foi o que envolveu o candidato Jair Bolsonaro a menos de um mês da eleição, quando sofreu um atentado a faca em Minas Gerais, durante uma manifestação de apoiadores. Devido às consequências da agressão, o atentado o tirou de todos os debates eleitorais, impedindo, desta forma, a realização de confrontos políticos em que poderia se apresentar como candidato, sem filtros ou discursos prontos.

Com este cenário, a disputa foi realizada em dois turnos. No primeiro turno, Jair Messias Bolsonaro (PSL) obteve 46,2 milhões de votos, 46,03% dos votos válidos. Em segundo lugar, para disputar o segundo turno, foi o candidato Fernando Haddad (PT), com 31,3 milhões de votos, equivalente a 29,28% dos votos. No segundo turno, Bolsonaro foi eleito com 57,7 milhões de votos (55,13%) e Fernando Haddad teve 47 milhões de votos (44,87%). A quantidade de votos brancos, nulos e abstenções chegou a 42,4 milhões de eleitores.

Singer (2021) argumenta que a eleição de Jair Bolsonaro à presidência em 2018, representando a direita, reforça as forças políticas ligadas a militares que estavam ausentes do poder desde a eleição do presidente Fernando Collor de Mello, em 1989. Neste sentido, estaria no Brasil iniciando um processo de formação ideológica entre esquerda e direita, até então pouco representada.

Em sua argumentação, Singer (2021) sustenta o poder de influência das ideologias esquerda, centro e direita dentro do cenário eleitoral brasileiro. Com base em *survey* do Datafolha em que questiona a qual linha o eleitor se associa, há estabilidade nas últimas décadas com predominância Direita (40%), Centro (24%), Esquerda (26%) e não sabe (9%).

Essa dinâmica pode ajudar a entender o percurso de Bolsonaro entre 2018 e 2020. Repita-se: não se pretende afirmar que as coisas se deram como será descrito a seguir. Apenas que a suposta movimentação ideológica deve ser levada em conta como um dos componentes dos acontecimentos concretos. Havendo chegado ao final do primeiro turno com 36% das intenções de voto, o então candidato do PSL (Partido Social Liberal) precisava atrair a centro-direita para garantir a maioria absoluta no segundo turno. A retórica de unidade antipetista teria exercido essa função. Às vésperas do pleito final, com 48% das intenções de voto (pouco mais do que o Eseb indicaria ser a predisposição do campo da direita), Bolsonaro obteve 55% dos sufrágios válidos, sem precisar de uma negociação com o centro. (SINGER, 2021, p.16)

No pleito de 2018, Neto (2020) traz a identificação com o PSL, a partir da ligação religiosa como principal ponto para a definição do voto em favor do candidato à presidência, Jair Bolsonaro (PSL). A investigação que Neto realizou se desenvolve a partir da teoria da ordenação social, apresentada nos EUA, que busca explicar o comportamento do eleitor a partir das suas identidades sociais, tais como religião, raça e gênero. No estudo, ele aponta que ser protestante “aumentam em 26,5% as chances de votar no PSL e não no PT”. Neste caso, a partir dos resultados, é possível apontar que o eleitor bolsonarista teria maior convergência com homens, brancos e protestantes.

O sistema político brasileiro tem registrado a redução da participação conforme aumenta a disputa eleitoral e gera o desgaste da democracia. Uma das causas é a grande quantidade de partidos que estão no cenário, sem conteúdo programático.

#### 1.4 BRASIL MULTIPARTIDARISMO

O partido político é parte principal dentro do sistema democrático. No Brasil, para se candidatar é necessário estar filiado a um partido político, este sim, responsável pela inscrição do candidato na disputa eleitoral. Este modelo é criticado pois há um grande poder nas mãos dos partidos, que apesar de dever seguir regras democráticas, acabam sendo comandados por

algumas poucas pessoas de forma central e “não atribuem mecanismos democráticos para a sua organização interna e processo de tomada de decisão” (SALGADO, 2020).

Em um Estado (supostamente) democrático, não é concebível que as associações partidárias, que mantêm o monopólio de apresentar alternativas ao eleitorado e recebem tanto recursos públicos substanciais, quanto financiamento indireto por meio do livre acesso aos meios de comunicação, possam funcionar sem respeitar níveis mínimos de igualdade, participação, transparência e controle. A Constituição de 1988 garante autonomia aos partidos políticos para sua organização e funcionamento, mas não representa uma autorização para negar os princípios constitucionais que estruturam o Estado e a sociedade brasileiros de forma mais ampla. (SALGADO, 2020, p.129)

Desde a Constituição de 1988, a criação de partidos políticos tornou-se livre, sem limitações ideológicas e quantitativas. Hoje, segundo o Tribunal Superior Eleitoral, existem 33 partidos políticos registrados e legalmente constituídos, podendo participar dos processos eleitorais municipais, estaduais e federal.

Com essa grande quantidade de partidos, abre-se uma brecha para que o partido seja utilizado como apenas uma casa temporária e não um lugar sólido, com bases e propostas permanentes para a melhoria do bem comum.

Mais uma indicação de fragilidade institucional é o número excessivo de partidos, que na maioria dos casos não passam de legendas ou siglas eleitorais, legalizados, mas sem conteúdo político-doutrinário. Em lugar da pluralidade partidária, que até poderia ser considerada a melhor forma de organização democrática no momento, desembocamos na multiplicidade, que é tão ruim quanto o domínio do partido único. (MARTINEZ, 1990, p. 35)

No caso do Brasil, desde a redemocratização, o número de candidatos à presidente foi muito disperso, mas manteve-se na casa de dois algarismos nos últimos dois processos eleitorais. Na primeira eleição, de acordo com os dados do Tribunal Superior Eleitoral, foi o grande recorde de candidatos, com 22 postulantes. Nas eleições de 2014 e 2018, na reeleição da candidata Dilma Rousseff (PT) e na substituição de Michel Temer (MDB), participaram da disputa, respectivamente, 12 e 13 candidatos.

**Tabela 2 - Quantidade de candidatos a presidente**

Ano	Candidatos
1989	22
1994	8
1998	12
2002	6
2006	8
2010	9
2014	12
2018	13

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do TSE

A grande quantidade de partidos disputando os processos eleitorais pode enfraquecer o próprio sistema político e dificulta para que o eleitor faça a sua escolha. Outra ação muito comum é a troca de partido, o que demonstra pouco compromisso com as bases ideológicas dos partidos, tendo apenas objetivos eleitorais. Martinez (1990, p.35) aponta a inconsistência das agremiações como um dos pontos que levam a esta mobilidade excessiva, levando “a orientação política do País fica muito exposta às variações de interesses particulares e grupais que não se identificam com nenhum objetivo nacional”.

Outro fator diretamente ligado ao sistema eleitoral brasileiro é o comando dos caciques<sup>1</sup> dentro das agremiações, reduzindo a existência da própria democracia nos processos de escolhas interno. Essa forma autoritária, de atuação internamente nas legendas, impede o surgimento de novas lideranças e a consolidação dos partidos.

A fragilidade institucional transparece quando a existência de um partido depende muito da força e do prestígio de um único indivíduo que o comanda. Temos exemplos no passado e no presente brasileiro, de caciques e caudilhos conhecidos como donos absolutos de partidos fundados exclusivamente para ajudá-los a atingir suas ambições pessoais, que se manifestam na fome desmedida pelo poder. (MARTINEZ, 1990, p. 35)

A Câmara dos Deputados, importante termômetro dentro da política brasileira - a quantidade de deputados federais define os recursos do fundo partidário - , tem registrado aumento na quantidade de partidos atuando no parlamento, o que implica necessariamente na realização de mais alianças para que o presidente possa governar. Se na 46a. Legislatura, em 1991, primeira eleita depois da redemocratização, os deputados eram de 19 partidos, esse número hoje chega em 30, um crescimento de 57% no período. A quantidade de partidos dá um salto a partir de 2010, na primeira eleição da presidente Dilma Rousseff (PT). Assim como Fernando Collor, Dilma perdeu a base aliada no Congresso conforme andava o processo de impeachment e maior mobilização nas ruas.

---

<sup>1</sup> Cacique - termo utilizado na política para referir-se a antigos políticos que possuem poder comandando partidos ou demais políticos.

**Tabela 3 - Quantidade de partidos que elegeram deputados federais**

Ano	Quantidade de Partidos
2018	30
2014	28
2010	22
2006	21
2002	19
1998	18
1994	17
1991	19

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados da Câmara Federal

A grande quantidade de partidos e a concorrência predatória, sem uma base ideológica e a pasteurização de discursos, levam a consequências prejudiciais para a definição do candidato por parte do eleitor, o que desestimula a sua participação.

A acirrada concorrência na política bem como a luta para influenciar a ampla faixa intermediária do espectro político do eleitorado, turvaram quase por completo os tons ideológico, pois os partidos/colisões, uma vez asseguradas suas principais bases de apoio, fazem enormes esforços para usurpar, tanto quanto possível, os temas e as posturas políticas de seus adversários. Como consequência, passa a haver uma certa indefinição quanto às posições políticas de cada partido, como também a tendência de os cidadãos sensibilizarem-se mais com a confiabilidade dos partidos e dos candidatos do que com as opiniões professadas sobre os diferentes assuntos de interesse. (CASTELLS, 1999, p. 395)

Por conta dos mais diferentes escândalos no cenário político, insatisfação e descontentamento profundo têm levado os eleitores a escolhas de candidatos que representam propostas opostas em pouco tempo, alternando partidos contrários no comando do governo. “Assim as pessoas descontentes e desapaixonadas mudam de uma alternativa para outra em velocidade constante, passando por sucessivas decepções. A cada uma dessas experiências a moral é denegrida, instaura-se o cinismo, e a esperança se esvai”, afirma Castells (1999, p. 407)

No caso brasileiro, Almeida, Barros e Macedo (2021, p.465) destacam que a redução da participação de parte do eleitorado com o enfraquecimento dos partidos tradicionais fortaleceu em 2018 uma candidatura com discurso “nacionalista e antisemita”. Para isso, o candidato Bolsonaro vendeu uma imagem “conservadora, de fora do sistema político” e que teria soluções fáceis para problemas de décadas.

Soma-se a esse entendimento que a percepção dos votantes em relação aos candidatos tradicionais se desgastou a partir do momento em que os problemas cotidianos pareciam não ter soluções efetivas. Jair Bolsonaro surge como um candidato que apresentou soluções simplistas para resolvê-los, dando uma nova

esperança, ou até mesmo uma ilusão, para aqueles que não estavam otimistas em relação ao futuro. (ALMEIDA, BARROS, MACEDO, 2021, p. 465)

O resultado imediato é a definição da escolha do voto sem a verificação da ideologia partidária, o que leva a mudanças partidárias e a alternância de poder. Fato este pode ser verificado nas mais diferentes democracias, como no caso do Brasil, que teve o presidente eleito Fernando Henrique Cardoso (PSDB), centro, seguido por Luiz Inácio Lula da Silva (PT), esquerda, Dilma Rousseff (PT), esquerda, e Jair Messias Bolsonaro (eleito pelo PSL - direita).

Por enquanto, a maior parte das pessoas na maioria dos países tem ainda suas alternativas restritas pelo peso das instituições e aparatos políticos. Nessas circunstâncias, outro fator de insatisfação política em relação ao sistema partidário é a volatilidade do eleitorado em todo o mundo, derrubando partidos situacionistas e acelerando o tempo de alternância dos partidos no poder. (CASTELLS, 1999, p. 407)

Tem aparecido com cada vez mais frequência o antipartidarismo como um movimento de repulsa dos eleitores às instituições políticas, com dois tipos de abordagens: anti-sistemas e partidarismo negativo (Fuks, Ribeiro e Borba, 2020, p.13). São considerados “antipartidários os eleitores que não possuem identificação partidária e rejeitam pelo menos um partido.”

O antipartidarismo tem sido visível na dinâmica do comportamento político brasileiro como um fenômeno mais amplo que o antipetismo sozinho desde pelo menos 2013. Tendo crescido discretamente, a rejeição dos principais partidos brasileiros se cristalizou claramente na eleição de 2018, na forma de um candidato presidencial que se apresentou como uma opção alternativa, contra os partidos políticos. (FUKS, RIBEIRO E BORBA, 2020, p.13)

A partir do estudo desenvolvido, os autores encontraram 43% dos eleitores com sentimento antipartidário, ou seja, rejeitam de alguma forma alguns dos partidos existentes. Um importante achado é de que apesar do sentimento antipartidário, não há relação contrária à democracia desse grupo.

O que chama a atenção é que a intensidade do antipartidarismo importa mais do que seu escopo, uma vez que os modelos mostram que, em linhas gerais, há pouca diferença no grau de comprometimento com a democracia e os princípios democráticos entre os dois tipos de antipartidários intolerantes, independentemente do escopo do alvo de sua reprovação (uma ou duas partes). Isso significa que as atitudes em relação à democracia, às instituições democráticas e aos princípios democráticos dependem menos do escopo da desaprovação do indivíduo alvo de grupos que se identificam com os partidos, do que da intolerância política em relação a esses grupos. (FUKS, RIBEIRO E BORBA, 2020, p.13)

Além do alto percentual do sentimento antipartidário, Cervi, Terron e Soares (2020) apontaram o crescimento de filiados a partidos políticos no País como um indicador que merece maior atenção. Isso porque este fenômeno, de acordo com o estudo, é registrado em pequenos municípios com baixos indicadores. Esses rincões, longe dos grandes centros

urbanos e metropolitanos, e com menor acesso a informações digitais, possuem taxas mais altas de filiação partidária.

No Brasil, a filiação partidária tende a ocorrer mais nos rincões. Isso nos permite afirmar que existe uma possibilidade grande de termos no Brasil uma filiação não por motivos ideológicos, mas uma filiação instrumental. Para testar empiricamente essa afirmação em futuros trabalhos, é possível manter o distrito eleitoral como controle e verificar os efeitos de variáveis explicativas que vão além do tamanho do município.(CERVI, TERRON e SOARES, 2020, p.516)

Este dado diverge quando comparado a filiação a partidos políticos em países Europeus, no qual há uma redução do número de filiados em partidos nas democracias consolidadas. Uma das hipóteses levantadas pelos pesquisadores é que nos rincões do Brasil o Estado acaba sendo o principal ator dentro da sociedade, responsável por prover o cidadão, e a filiação pode estar sendo usada como moeda de troca nesses casos.

O processo eleitoral ou de gestão do poder público tem na comunicação um canal de diálogo permanente com a sociedade. É por esse meio que são debatidos os temas principais da sociedade. Por isso, o aparato técnico tem papel de destaque dentro da Estrutura Estatal para permitir a divulgação de atos da administração pública e ganha destaque dentro da estrutura da campanha.

## 1.5 COMUNICAÇÃO

A Comunicação, em especial os veículos de comunicação de massa, possuem uma grande capacidade de interferir na agenda pública. A partir de reportagens publicadas em jornais, revistas ou nos telejornais e repercutidas de uma forma geral pelos outros meios de comunicação, são modificados governos e implantadas políticas públicas para atender às expectativas da opinião pública.

Neste campo, Martino (2013) destaca as hipóteses levantadas por Thomas Meyer, sobre como a mídia colonizou a política, que implica em como a mídia representa a política segundo suas regras e que a natureza da política se adequa a essas regras. Além disso, Martino (2013, p.170) destaca que “as instituições e organizações políticas, incluindo os parlamentos, a reagirem aumentando seu aparato técnico de comunicação - assessorias de imprensa, relações públicas redes de rádio e televisão com conteúdo produzidos por partidos e órgãos do governo”, ou seja, houve uma estruturação técnica por parte de governo e partidos para ganharem espaço e cobertura dentro da mídia.

Essa colonização é um efeito da democracia. Na democracia representativa, os cidadãos devem estar informados do que acontece na esfera política - ao menos na época das eleições é necessário saber quem são os candidatos e quem está fazendo o que. A ligação entre o sistema político e o público geral é feita pelos meios de comunicação, de maneira que, quanto mais alguém no sistema político dominar as

técnicas, regras, códigos e práticas da mídia, melhor será sua imagem junto ao público. (MARTINO, 2013, p. 171)

Com isso, o discurso da política na mídia é desenvolvido com o objetivo de criar um aspecto de realidade e credibilidade, em especial da discussão de propostas e políticas públicas com adaptações para estar dentro do ambiente midiático, transformando a essência do debate em slogans e marketing. Por isso, Martino (2013, p. 171) ressalta: “A essência da política foi modificada por conta do uso dos meios de comunicação. Não é a televisão que transforma a política em um espetáculo visual, é o meio político que se altera no sentido de contemplar as necessidades da mídia”.

Em muitos casos há a transformação do político em celebridade e até da celebridade em se tornar político, como um efeito da colonização do ambiente político ao formato e linguagem da mídia, como a teoria proposta por Meyer.

O cenário das atividades políticas parece confluir com o das celebridades da mídia, em uma exposição que aproxima a democracia com os limites do entretenimento. Em tempos de showmícios, cantores e artistas de televisão na política e eleições conduzidas mais pelo marketing do que por debates, é possível pensar como o entretenimento transforma o processo democrático, quando se pensa que entre os deputados federais mais votados nas eleições de 2006 estavam o cantor Frank Aguiar e o apresentador Clodovil Hernandes (MARTINO, 2013, p. 172)

Em todo o processo político e no desenvolvimento de políticas públicas permanentes, a comunicação tem um papel relevante. Em cada período da história, houve a predominância de meios de comunicação impactando o cidadão, como jornais, rádio, TVs e, mais recentemente, a Internet (FERNANDES, 2021).

Considerando os meios de comunicação e o conjunto de relações de poder nas quais estão inseridos, chama a atenção a simbiose estabelecida entre a mídia e a política. A mídia assume, assim, funções tipicamente de atores políticos, tais como pautar a agenda política, fiscalizar governos, produzir e reproduzir informações políticas e canalizar demandas da população (LIMA, 2006), construindo cultura política tanto quanto é construída pelo conjunto de relações sociais que participa. (FERNANDES, 2021, p.140)

O processo de comunicação, especialmente os meios de comunicação de massa, dentro do processo eleitoral, ganha uma relevância ainda maior, pois é a partir dele que o candidato torna-se conhecido e pode apresentar suas ideias e suas forças.

No estudo da mídia, mais especificamente, sob o recorte do processo político eleitoral, Lima lembra que dificilmente um candidato poderá vencer as eleições se não ajustar sua imagem pública ao cenário de representação político dominante, ou, pelo menos, construir um cenário de representação contra-hegemônico eficiente. (FERNANDES, 2021, p. 142)

Para isso, os candidatos se utilizam de ferramentas como o marketing político, que tem se destacado nas últimas décadas por conta de ações realizadas nas mais diversas campanhas eleitorais. Queiroz (2004, p.18) destaca que essa expressão “começou a ser utilizada por



profissionais dos Estados Unidos para definir as ações estratégicas de comunicação aplicadas em eleições democráticas de todos os níveis”. Sob o aspecto científico, possui uma abordagem multidisciplinar.

Passando pelo período da ditadura militar no Brasil, de 1964 a 1985, quando os jornais publicavam receitas de bolo e poemas para preencher os espaços de matérias censuradas, coube ao jornalismo engajado a primazia de oferecer suporte profissional aos políticos para a realização de campanhas eleitorais diferenciadas. Só algum tempo depois é que publicitários, relações-públicas e sociólogos, com sua pesquisa de opinião pública, empresários de segmentos como gráficas e fábricas de brindes, além de compositores populares, passaram a prestar atenção à propaganda política como mercado. (QUEIROZ, 2004, p. 18)

Para Torquato (2004), o marketing político é o mesmo ao longo da história, com a mudança apenas das abordagens e das ferramentas tecnológicas.

No ano 64 a. C., Quinto Túlio Cícero enviava ao irmão, o grande tribuno e advogado Cícero - protagonista de episódios marcantes por ocasião do fim do sistema republicano e da implantação do império romano -, uma carta que considero o primeiro manual organizado de marketing eleitoral da história. Ali, Quinto Túlio orientava Cícero sobre comportamentos, atitudes, ações e programa de governo para o consulado, que era o pleito disputado, sem esquecer as abordagens psicológicas do discurso, como a lembrança sobre a esperança, este valor tão “marketizado” no Brasil e que se constituiu em eixo da eleição vitoriosa de Luís Inácio Lula da Silva. (TORQUATO, 2004, p. 5)

Ele argumenta que esses instrumentos sempre foram utilizados com objetivo de aproximação das massas, o que tem contribuído para um “artificialismo” dos candidatos e dos seus discursos. Com o marketing político tem se buscado o “encantamento e mistificação das massas”, se utilizando de diversos instrumentos como os “aparatos litúrgicos dos eventos, a utilização de slogans, símbolos e músicas”.

Hitler usou todos os instrumentos, métodos e processos para formar reflexos condicionados e estabelecer sua política de dominação das massas. A cruz gamada - multiplicada por todos os cantos - inspirava a ideia de trabalho produtivo. Ao som de tambores, reforçava o efeitos das palavras. Palavras que preenchiam todas as lacunas e necessidades apontadas pelos quatro mecanismos natos que foram os seres biológicos: o impulso combativo (luta contra a morte, contra o perigo); o impulso alimentar (sem alimentação não se vive); o impulso sexual (certeza de continuidade da espécie); o impulso paternal (voltado para os valores dos grupos, como solidariedade, integração, amizade, carinho, amor, etc); Os dois primeiros impulsos amparam a conservação do indivíduo e os dois últimos são mecanismos de conservação da espécie. (TORQUATO, 2004, p.6)

Hitler, teve como responsável por sua campanha eleitoral ao 3º Reich, Joseph Goebbels, unindo à época discursos transmitidos em rádios e alto-falantes em praças, criando grandes atos públicos para estimular a participação da população em praça pública. Após a eleição, Goebbels foi conduzido ao Ministério da Instrução Pública e Propaganda, o qual resumiu suas atividades como “contato vivo entre o governo nacional, como expressão da vontade pública, e o próprio povo” (LONGERICH, 2010, p. 222).

A instrução popular é coisa essencialmente passiva; a propaganda, pelo contrário, ativa. Não podemos nos contentar em dizer ao povo o que queremos e em instruí-lo sobre como fazê-lo. Precisamos alinhar essa instrução a uma propaganda governamental ativa que se proponha a conquistar gente.” O que se queria era “trabalhar as pessoas até cativá-las, até que elas percebam intelectualmente que isto que hoje ocorre na Alemanha não só deve como pode ser aceito” (LONGERICH, 2010, p. 222)

Além disso, estabeleceu o controle amplo de todos os meios de comunicação (jornais, rádios e cinema) como forma de determinar a agenda da opinião pública, que “é fabricada, e quem participa da construção da opinião pública assume uma responsabilidade enorme perante a nação e perante todo o povo” (LONGERICH, 2010, p.226). O governo ditava o tom a que os assuntos deveriam ser tratados e o que poderia ser tratado, garantindo abordagens de acordo com a linha ideológica do governo. Um dos primeiros grandes movimentos para ajustar a imagem do “governo” foi uma campanha de inverno, de forma a atender as pessoas que necessitavam de assistência, uma luta contra a fome e o frio. Essa campanha, iniciada em 1933, logo após grande encontro do partido, “lhe permitiu bancar o homem do povo, o pioneiro de uma comunidade nacional popular igualitária” (LONGERICH, 2010, p.247)

Os eventos públicos, por exemplo, eram elaborados para movimentar massas e eram acompanhados por cineastas que faziam parte da campanha contínua de comunicação do regime, com uma “transformação completa dos espaços públicos por meio de uma arquitetura do poder com a qual se pretendia criar o marco permanente para a formação das massas”, ou seja, a propaganda ganhava os espaços públicos, que eram fiscalizados pela polícia.

É possível acompanhar esse domínio da vida pública inclusive em setores relativamente apolíticos, sobretudo a penetração de conteúdos nazistas na publicidade, na decoração das vitrines e no design gráfico.(...) o fato de uma parte considerável da população passar a usar uniforme ou pelo menos mostrar simpatia pelo governo mediante emblemas exteriores, a decoração da própria moradia com bandeiras, a participação nos eventos do partido e nos grandes comícios, a disposição a fazer doações nas coletas de rua, a audição coletiva de transmissões radiofônicas em praça pública. (LONGERICH, 2010, p. 284)

Reale Júnior (O Estado de S. Paulo, 2020), ressalta o crescimento dos líderes de direita com um discurso nacional-populista forjados a partir de dados científicos do que os eleitores esperam naquele processo eleitoral. Com isso, discurso, roupas e ações são pautadas pela interpretação do que o eleitor quer. Para ele, cada vez mais os “líderes vencem não pela consistência das suas convicções, mas porque, orientados por especialistas em opinião pública, lançam mão de técnicas e algoritmos na internet”.

Torquato (2004) destaca que os mais diferentes políticos se utilizaram de ferramentas de marketing para permitir a vinculação e a identificação com os eleitores. Getúlio Vargas, tinha um departamento de Imprensa e Propaganda, foi conhecido como o pai dos pobres. Juscelino Kubistcheck passou uma imagem de desenvolvimentista, utilizando o slogan de

avançar 50 anos em 5. Jânio Quadros utilizava da vassoura como instrumento para mostrar que varreria a sujeira e a corrupção. Os governos militares tinham seus eixos baseados em segurança e desenvolvimento.

Collor foi o responsável pelo estágio em que se encontra hoje o nosso marketing político. Por quê? Porque abusou do marketing. Fazia cooper, todos os dias, com um bando de jornalistas correndo atrás. Virou piloto de supersônico e aí víamos um presidente jovial, vendendo exuberância, coragem, risco e avanço. Deu no que deu, porque marketing nenhum segura governo estraçalhado por denúncias. (TORQUATO, 2004, P.7)

Um dos meios mais fundamentais para alcançar as massas são os veículos de imprensa. Para isso, candidatos se utilizam de diversas ferramentas para conquistarem espaços nos jornais impressos e televisivos. Da mesma forma, buscam garantir exposição de forma positiva nos veículos de imprensa. Castells (1999, p 396) resume bem o significado do uso dos meios de comunicação “para atingir a sociedade, partidos e candidatos precisam agir pela mídia. Não que a mídia seja o quarto poder; é, na verdade, o campo de batalha pelo poder”.

O objetivo das mensagens divulgadas pelos candidatos é de “vender” o candidato como a melhor escolha. Por isso, há uma busca de mensagens que gerem algum tipo de identificação, ideológico, partidário ou de políticas públicas. Desta forma, a campanha tenta ativar algumas predisposições para o momento da tomada de decisão.

Diz, também, a teoria (Miller e Shanks, 1996) que existem diversas predisposições simultâneas, atuando como pressões cruzadas (Lipset, 1967), sendo a ideológica uma delas. Os partidos optam por ativar algumas, mantendo outras “desligadas”, a depender das circunstâncias. Além da identificação ideológica, a identificação partidária, o gênero, a idade, a renda, a região em que vive, a religião que professa, a avaliação do governo, a eficácia de determinadas políticas públicas, entre outras variáveis, predis põe o eleitor a determinados comportamentos. Durante a campanha, em que no final a decisão do voto é conscientemente tomada, algumas predisposições serão “ligadas”, outras, arquivadas. (SINGER, 2021, p.9-10)

Uma das opções citadas por Singer (2021), diz respeito a ativar as predisposições ideológicas dos eleitores de acordo com a atuação do candidato. Nesta teoria, eleitores com tendências de direita votariam em candidatos de direita e eleitores de esquerda votariam em candidatos de esquerda.

Segundo Lazarsfeld, tal como os sonhos na teoria psicanalítica, a campanha transforma tendências latentes em conteúdos manifestos. Dentre as latências estão as identidades ideológicas que, no caso norte-americano, variam no contínuo liberal-conservador e, no Brasil, esquerda-direita. Em tese, os eleitores de direita tenderão a votar em candidatos de direita, assim como os de esquerda o farão em candidatos de esquerda e os de centro, nos de centro, desde que as campanhas ativem as respectivas predisposições. (SINGER, 2021, p.9-10)

A Comunicação tem um grande poder dentro da sociedade, pois a partir dele é possível definir os assuntos que serão pauta na agenda pública. A seguir, vamos abordar as teorias que trabalham a decisão do eleitor e a comunicação dentro do processo de escolha.

## CAPÍTULO 2 – PROCESSO DE ESCOLHA

### 2.1 PRINCIPAIS TEORIAS DO COMPORTAMENTO DO ELEITOR

O comportamento do eleitor, principalmente, a decisão do voto tem sido estudado em diversas áreas. Comunicação, Sociologia, Antropologia, Psicologia estão debruçadas, de alguma maneira, sobre o tema, realizando estudos multidisciplinares em busca de entender melhor como o eleitor se comporta na definição do voto. Figueiredo (2008) lembra que as divergências teóricas e epistemológicas das teorias estão na “identificação das origens das propensões e das motivações para a ação política”.

Três são as principais teorias mais difundidas que apresentam o comportamento do voto: a sociológica, a psicológica (psicossociológica) e a teoria da escolha racional, defendidas por diferentes escolas (FIGUEIREDO, 2008), (TELLES, LOURENÇO e STORNI, 2009), (BORBA, 2005), (GONÇALVES, SANTOS, FILHO e COSTA, 2013), (RADMANN, 2001), (SPECK e BALBACHEVSKY, 2016), (SPARENBERGUER, 2018), as quais passamos a detalhar.

**Sociológica** - definida a partir da análise macro e dos grupos sociais. A teoria destaca a relevância dos contextos socioeconômicos, culturais e da estrutura de classes. De acordo com Figueiredo (2008), no modelo teórico da sociologia, "o comportamento eleitoral tem como antecedente a participação política, sendo o voto o ato final de um processo social mais amplo." Para compreender a decisão de voto, neste caso, seria necessário conhecer o contexto social e político.

A base desta teoria foi publicada pelos pesquisadores Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, no ano de 1948, com a obra *The People's Choice* e a obra *Voting*, de Berelson, Lazarsfeld e Mcphee em 1954, que mostram a complexidade e no que é envolto o processo de escolha, com a interação dos grupos em que o eleitor interage e seus conflitos.

Em nossa complexa sociedade, os indivíduos não pertencem a um grupo, apenas. Eles têm uma variedade de afiliações sociais importantes: sua classe social, seu grupo étnico, seu grupo religioso, as associações informais das quais participam. Essas várias afiliações farão reivindicações conflitantes sobre alguns indivíduos: um católico de classe alta, por exemplo, pode descobrir que sua filiação religiosa o puxa em uma direção, enquanto sua posição de classe o puxa na direção oposta. E quando situações concretas, como uma campanha eleitoral, exigem que ele tome uma decisão definida, ele também deve decidir qual das lealdades de seu grupo deve ter prioridade. (LAZARSELD, BERELSON e GAUDET, 1948, p. 21)

Sendo assim, a dinâmica deste processo seria centrada nos coletivos sociais e não nos indivíduos, necessitando compreender as decisões dentro dos diversos grupos sociais, participando como membro da sociedade. A decisão do voto, num sentido amplo, tem uma força do coletivo ao qual está filiado.

Quem age, quem participa são os indivíduos, de forma organizada ou isoladamente, mas para a sociologia política o ato individual não é socialmente isolado. Proposições a respeito de ações individuais derivam da condição societária por excelência: a interação social. (FIGUEIREDO, 2008, p. 49)

Nesta teoria, as relações sociais teriam um papel decisivo para o comportamento dos indivíduos. As interações sociais, por meio da conversação, seria o ponto de partida para a formação das opiniões.

A ocorrência de interações sociais pode produzir três resultados: os dois envolvidos saem do processo com opiniões divergentes; uma das partes muda de opinião, convergindo para a opinião do outro; ou então, os dois envolvidos mudam de opinião e aderem a uma terceira posição. Embora, às vezes, seja importante saber quem mudou de opinião, o resultado agregado das interações sociais se dicotomiza em dois pólos: as opiniões e os comportamentos concordantes ou discordantes distribuem-se socialmente em relação a uma dimensão qualquer. (FIGUEIREDO, 2008, p.52)

Com isso, o comportamento político estaria vinculado a densidade das interações aos quais os indivíduos estão relacionados, das opiniões formadas por meio dessas interações e do estado socioeconômico da sociedade no momento em que ocorre a escolha. As mudanças de posições estariam fundamentadas pelo desenvolvimento social, que levaria a uma mudança de comportamento e a uma mudança política. De acordo com Figueiredo (2008), a explicação apresentada pelo modelo sociológico traz as identidades culturais e a consciência de classe como forma de explicar a decisão do voto.

Os dois fenômenos podem estar empiricamente misturados, mas analiticamente são separáveis. A identidade cultural pode expressar-se na forma de regionalismo, bairrismo, similaridades étnicas ou ainda na convergência de interesses. A origem da formação dessa identidade está na interação social. Por intermédio da conversação social os indivíduos se identificam e formam opiniões que passam a ser mais ou menos compartilhadas, dependendo do grupo ou classe social. (FIGUEIREDO, 2008, p.60)

**Psicológica e Psicossociológica** - A partir de teóricos da Universidade de Michigan (EUA), com os estudos de Campbell, Converse, Miller e Stokes (*The American Voter*, 1960), a identificação partidária e a participação política são descritas como as motivações dos indivíduos para esta escolha. Nesta linha teórica, o comportamento eleitoral seria baseado na estrutura de personalidade dos indivíduos e no seu sistema de crenças.

De acordo com Figueiredo (2008, p. 29), para a compreensão deste fenômeno “está no sistema de atitudes compartilhadas por indivíduos.” Esse sistema atitudinal não seria exclusivo de grupos ou classes sociais, mas "formado pela compreensão da vida social e política". Neste sentido, o modelo dispõe que as atitudes, ideias e opiniões são estáveis ao longo do tempo e que possuem relação com outras anteriores e que para prever "comportamentos é desvendar as inter-relações entre determinadas opiniões".

Esta interpretação da origem do comportamento político segue substancialmente o seguinte argumento: se um indivíduo é contrário a uma política social A (Controle de preços, por exemplo) provavelmente ele também será contrário a outras políticas semelhantes. Conhecido este "campo" de atitudes, pode-se prever que esse indivíduo, bem como outros que concordam com as mesmas ideias, provavelmente, estarão identificados com partidos políticos e candidatos que são contrários àquele tipo de política intervencionista. (FIGUEIREDO, 2008, p. 29)

A crítica que Figueiredo traz a esta teoria reside no fato de que o sistema de crenças é estruturado apenas na porção altamente politizada da sociedade e que nos outros níveis da sociedade os sistemas perdem coerência e densidade de conteúdo político. Desta forma, Figueiredo (2008, p.42) aponta que "é necessário, embora não suficiente, conhecer o campo ideológico dos indivíduos para explicar ou prever seus comportamentos futuros". O comportamento teria dois níveis, a superfície, com um sistema de crenças que orienta a formação de suas identidades e o segundo um sistema atitudinal, levando a um engajamento-alienação, a propensão de agir em determinada direção.

A identificação partidária, nesta teoria, origina-se fundamentalmente de uma adesão psicológica aos partidos existentes. Uma vez formada, a identificação partidária tende a se tornar estável, ou seja, os eleitores que têm identificação partidária em graus variados inclinam-se a ver a política e orientar suas ações numa direção partidária. Os partidos políticos são, desta forma, catalisadores da síndrome política distribuída socialmente. Indivíduos com baixíssima identificação partidária e os independentes, por implicação, estão livres destas influências das forças momentâneas. (FIGUEIREDO, 2008, p. 42)

Desta forma, com a ausência de identificação partidária, o eleitor precisa, chegado ao processo eleitoral, definir o seu voto. Esta escolha, então, passaria a ter um caráter meramente de empatia, perdendo-se as questões relacionadas a análises de propostas, plano de governo ou análises mais aprofundadas.

A relação eleitor-candidato é, fundamentalmente, uma relação de empatia: a experiência social, a história de vida do indivíduo pulsa-o com variada intensidade; e ele é- ou não - atraído psicologicamente pelos elementos centrais do processo político eleitoral (candidatos e partidos) que estão do outro lado. (FIGUEIREDO, 2008, p. 29)

**Escolha Racional** - A partir de uma perspectiva econômica, a escolha racional baseia-se numa decisão individual e metodologicamente realizada com objetivo de maximizar seus ganhos. Teve como precursor os estudos do economista americano Anthony Downs em 1957. Para minimizar os custos de sua decisão, ou seja, o tempo e desgaste necessários para a escolha, o modelo racional tem preferência ao partido e a sua ideologia.

Baseia-se nos supostos de tipo micro do individualismo metodológico: é possível explicar comportamentos políticos considerando que os indivíduos são racionais e agem intencionalmente, procurando antes de tudo maximizar, ou, em algumas versões da teoria, otimizar seus ganhos, como os consumidores no mercado econômico. (CASTRO, 1992, p.2)

Por esta teoria, o eleitor tem duas decisões a tomar: primeira se vai ou não votar e segunda em quem votar. Essa definição leva em conta os benefícios aos quais o indivíduo vai ter diante daquela situação e avalia a probabilidade do que a sua decisão pode afetar a eleição e o seu candidato vencer a disputa.

Nesse cálculo, o eleitor desconta os custos com que vai arcar por decidir votar - procura e obtenção de informação, por exemplo - e os custos do próprio ato de votar - tempo e energia gastos em se deslocar até as urnas. Como é muito baixa a probabilidade de que um único voto mude o resultado de uma eleição, em eleitorados constituídos normalmente por milhões de indivíduos, o voto tem valor infinitesimal. A menos que o benefício esperado com a vitória do candidato preferido seja muito grande - principalmente quando as preferências partidárias são fortes -, o eleitor racional provavelmente não votará, tendo em vista os custos envolvidos nessa ação (CASTRO, 1992, p.2)

Em relação à decisão de voto, Castro (1992) descreve que a teoria racional implica a preferência partidária do eleitor como determinante para a escolha do voto. Entre espectros ideológicos de esquerda e direita o eleitor avalia onde está situado e em que posição cada candidato está alinhado, passando a definir o candidato.

(...) a teoria da escolha racional propõe como fator determinante a preferência partidária do eleitor. Comparando os benefícios recebidos do partido no poder com os que espera obter se algum dos partidos adversários ganhar, o eleitor faz sua escolha. A sugestão é que a preferência partidária é ideologicamente condicionada: o eleitor espera obter mais benefícios se o partido do qual mais se aproxima em termos de propostas políticas e opiniões ganhar na competição eleitoral. (CASTRO, 1992, p.2)

As principais críticas ao modelo, segundo Castro (1992, p.2), referem-se ao fato da dificuldade em enquadrar o Brasil e outros países a este sistema, visto que há “dados que mostram como são baixos, em geral, os níveis de sofisticação política - isto é, informação, envolvimento político e capacidade de conceituação política”.

No caso brasileiro, encontramos uma série de fatores, como quantidade de partidos existentes nas disputas, o fato da democracia ainda estar em processo de consolidação, baixa escolarização da população, que diferenciam as características do eleitorado, fazendo com que a aplicação das teorias, concebidas dentro de uma estabilidade econômica e social, se comportem de forma diferente no momento do voto.

As principais linhas teóricas apontam alguns percursos para o comportamento do voto, mas nem sempre os eventos são possíveis de se confirmar conforme os modelos. Isso permitiu o desenvolvimento de novas investigações com vistas a se aproximar do que acontece no processo de definição do eleitor brasileiro. Algumas dessas hipóteses, estudadas nos últimos anos serão abordadas a seguir.

## 2.2 ESTUDOS COMPLEMENTARES SOBRE A DEFINIÇÃO DO VOTO

Outros estudos apresentam diferentes olhares para a definição do voto. Uma das linhas apresenta os laços familiares como determinantes para a definição do voto. Heredia e Palmeira (2006) acreditam que, a despeito de ser considerada uma decisão individual, o voto perpassa pelo envolvimento familiar, mesmo resultado que chegam Gonçalves, Filho, Santos e Costa (2013), estudando o processo eleitoral em Minas Gerais.

Portanto, tomando em consideração as características do eleitorado e os procedimentos do sistema político, pressupõem-se, neste trabalho, que os condicionantes do voto da maioria do eleitorado são influenciados pelos laços familiares que interagem no comportamento eleitoral. Os eventos correntes, segundo dados do modelo proposto, apresentam-se como segunda influência no comportamento do eleitor na escolha do candidato. (GONÇALVES, FILHO, SANTOS e COSTA, 2013, p.16)

Outro aspecto importante destacado por Heredia e Palmeira (2006) é que o processo de definição de voto teria um significado de adesão ao candidato ou ao espectro eleitoral ao qual representa. Por isso, citam a postura comum durante o processo eleitoral do engajamento com placas e adesivos mostrando o candidato no qual “a família” estaria apoiando durante a disputa.

Nessas circunstâncias, para além de uma escolha individual, acertada ou não, o voto tem o significado de uma adesão. O que está em jogo, numa eleição, para o eleitor - e a palavra serve para designar tanto aquele que está legalmente habilitado a votar quanto qualquer membro da comunidade a quem o processo eleitoral possa interessar - não é escolher representantes, mas situar-se de um lado da sociedade que, como lembramos acima, não é um lado fixo. (HEREDIA e PALMEIRA, 2006, p. 283)

O chefe de família, diante deste momento, ganha um importante papel que é o de capitanear a escolha eleitoral de todos os outros membros. Dentro do estudo, Heredia e Palmeira (2006), que acompanharam o processo de escolha na Zona da Mata de Pernambuco, apontam as peculiaridades dos grupos domésticos, no qual foi possível verificar este tipo de movimento.

Mesmo sendo o voto, legalmente, um ato individual, a ligação estabelecida por um chefe de família, conforme o esquema de autoridade que acabamos de descrever, compromete automaticamente o conjunto do grupo doméstico. Isso é reconhecido pelos próprios chefes de família, em fórmulas do tipo: "Na minha casa o deputado X tem 5 votos". Mas também por parentes e vizinhos, e até pelos próprios candidatos, quando dizem que: "O candidato tal tem os votos de fulano". As mulheres, por sua vez, deixam claro que se trata de uma responsabilidade masculina, como a esposa que afirma: "Não sei ainda em quem vou votar porque meu marido ainda não resolveu". Ou a filha, que ainda mora com o pai: "Em casa falamos sobre os candidatos, mas é o meu pai que diz em quem vamos votar e que devemos votar todos juntos"(HEREDIA e PALMEIRA, 2006, p. 286).

A hipótese apresentada demonstra a importância dos grupos para a definição do voto. Neste caso, não no sentido de convencimento e de exposição de propostas e ideologias, mas



no sentido de adesão, ou como definido dentro da cultura eleitoral brasileira, o voto de curral, onde as lideranças possuem a determinação daqueles que estão sob o seu comando nas relações a que estão submetidos.

O que procuramos mostrar foi como, nos marcos da política faccional, o voto, antes de ser uma escolha, tem o significado de uma adesão; antes de ser pensado como uma indicação de representantes ou mandatários, é concebido como gesto de identificação com uma facção; antes de consistir numa decisão individual, constitui um processo envolvendo unidades sociais mais amplas que simples indivíduos ou redes de relações pessoais. Isso, no entanto, longe de transformar as eleições em algo secundário, indica sua importância central para a continuidade das relações sociais em determinado tipo de sociedade e sua articulação com a própria temporalidade dessa última. (HEREDIA e PALMEIRA, 2006, p.297)

Da mesma forma que pondera Heredia e Palmeira (2006), de que a família exerce um grande poder na definição do voto, Gonçalves, Filho, Santos e Costa (2013), estudando as eleições para governador de Minas Gerais, concluem que a família, uma das hipóteses levantadas, é a maior influência no momento de escolha.

Observou-se, no estudo, que a maior influência é a da família, que tem um forte impacto no comportamento do eleitor na escolha do candidato, confirmando a visão de Castro (1994) de que o interesse por política varia de indivíduo para indivíduo, de acordo com a importância dos estímulos políticos de seu grupo social. Portanto, tomando em consideração as características do eleitorado e os procedimentos do sistema político, pressupõem-se, neste trabalho, que os condicionantes do voto da maioria do eleitorado são influenciados pelos laços familiares que interagem no comportamento eleitoral. (GONÇALVES, FILHO, SANTOS e COSTA, 2013, p.15)

Outra área que ganha destaque para o comportamento do eleitor é a questão da identificação partidária. Gethin e Morgan (2021) apontam a mudança do comportamento do eleitor brasileiro quando estudaram os processos eleitorais de 1989 até 2018, verificando os dados segregados das pesquisas do Instituto Datafolha e cruzando os dados sociodemográficos com a intenção de voto. A partir dos cruzamentos, os pesquisadores apresentam o que seria a ascensão e queda do Partido dos Trabalhadores no período. Entre os achados do estudo está a mudança de perfil de eleitor do partido, que iniciou com um público mais escolarizado, de classe alta, e com o passar do tempo, perdeu esta aderência e sua base passou a ser mais popular.

Na Europa e nos Estados Unidos, os graduados universitários tornaram-se cada vez mais favoráveis aos partidos socialdemocratas, socialistas e verdes, desde o início dos anos 1970, enquanto as pessoas com maior renda ainda continuam mais propensas a votar em partidos de direita (ver Piketty 2018). No Brasil, por outro lado, foram os eleitores com maior escolaridade (ao lado dos eleitores de renda mais alta) relativamente mais inclinados para o voto em Bolsonaro, com mais de 63% deles votando no candidato do PSL no segundo turno das eleições presidenciais. (GETHIN e MORGAN, 2021, p.)

Apesar de alguns estudos apontarem a importância da relação esquerda-direita, ou seja, o voto ideológico, outros trabalhos apontam as características do eleitor e da cultura de

voto como inexistente ou sem expressão. Pereira (2020) elaborou um grande levantamento de todos os estudos que abordaram a questão ideológica do voto. Ele encontrou três estudos que confirmam uma relação do voto ideológico e vinte estudos que não encontraram relações entre definição do voto e ideologia.

Pereira (2020, p.173) apresenta três achados principais para definir que os votos não são ideológicos: o fato de a democracia brasileira ser recente, “o que dificultaria o processo de socialização e de transmissão de ideias e valores democráticos”; o ambiente institucional complexo e pouco programático; Eleitores teriam dificuldades em entender “os termos abstratos devido às altas taxas de pobreza e de desigualdade social.” Conclui ele: “Há barreiras estruturais que precisam ser compreendidas e removidas para que o chamado voto ideológico passe a guiar os resultados eleitorais no Brasil”.

Borba (2005, p.162) conclui, diante das peculiaridades do processo eleitoral no País, que o “eleitor brasileiro, que decide seu voto, em grande parte, a partir de atributos pessoais do candidato, como a competência e a honestidade”. Neste sentido, ganharia maior força a questão da personalização como característica principal.

Cabe destacar, em primeiro lugar, que a personalização da política parece ser um fenômeno universal das democracias contemporâneas. O impacto dos meios de comunicação, que estabelecem uma relação direta entre representantes e representados, sem a necessidade de instituições de mediação política, como os partidos, e a conseqüente crise das identidades políticas tradicionais, vem provocando o surgimento de um novo tipo de governo representativo, denominado de “democracia do público” (MANIN, 1995). (BORBA, 2005, p.162)

Para Borba (2005), a imagem pública do candidato ganha maior importância e passa a ser o principal ponto para a definição do voto. A grande mudança de agremiações entre os políticos brasileiros e a busca de um “salvador” o que leva ao personalismo da disputa eleitoral.

Assim, enquanto a personalização parece ser uma exceção e um fenômeno recente das democracias avançadas, em países como o Brasil ela sempre se constituiu em uma das regras do comportamento eleitoral. Além disso, nas democracias avançadas tal fenômeno convive com eleitores com níveis de sofisticação, estruturação ideológica e capacidade de conceitualização política muito superiores à média do eleitor brasileiro. Diante destes fatos, a explicação para o personalismo do eleitor brasileiro e a estruturação do voto guiada por atributos e imagens deve ser buscada na história do país e no seu impacto na conformação dos principais aspectos da sua cultura política. (BORBA, 2005, p.163)

Radmann (2001, p.173) acrescenta ainda outros fatores justificando que há a necessidade de pensar a questão do comportamento eleitoral por outros caminhos. Ela destaca que nos seus estudos realizados no Rio Grande do Sul, que podem, de certa maneira, ser extrapolados para o caso brasileiro, os “eleitores não acreditam na política e, por um

desinteresse cultural, mantêm-se alheios aos mecanismos de participação”, desta forma trabalha com o personalismo para a definição do voto.

O comportamento cético e distante em relação a política apenas reflete a cultura política internalizada ao longo do tempo pela população. A cultura política não deixa de exteriorizar o próprio funcionamento do sistema político. Pois, se de um lado os eleitores mantêm-se afastados porque não confiam ou não identificam-se com os legítimos mecanismos de representação (os partidos). De outro, os partidos não fazem-se valer de mecanismos que possibilitam a consolidação de uma imagem mais positiva e integrada junto ao seio da população. A grande maioria dos partidos, para manter-se no “jogo eleitoral”, não se desvinculam de práticas clientelistas e altamente personalistas. (RADMANN, 2001, p. 173)

Grosso modo, de acordo com a pesquisa de Radmann (2001), o eleitor não manifesta interesse cotidiano por política, distanciando-se da arena política. Isso aconteceria em função da própria visão que o eleitor possui dos políticos e da política.

No imaginário social dos eleitores, a política não possui nenhuma ligação direta com a sua existência. “Uma coisa é a política, outra coisa são os governantes”. Na percepção da maioria do eleitorado, os governantes não conseguem efetivar suas “promessas” em função da “política”. A política para os eleitores é vista como uma disputa pelo poder, onde todos os políticos são “quase que iguais”. Num sentido hobbesiano, é como se o “mal” fosse algo perene a todos os políticos. (RADMANN, 2001, p. 175)

Como vimos, estudos suscitam variadas hipóteses para explicar o processo de escolha pelo qual os eleitores definem o voto. Destacam-se a importância dos grupos ao qual o eleitor está atrelado, como a família do eleitor, e o desinteresse ao processo eleitoral como um todo. Significativo notar que a propaganda eleitoral não fortalece os laços partidários e seu conteúdo programático, mas busca uma maior exposição dos atributos pessoais dos candidatos, reduzindo, desta forma, a importância dos partidos políticos e favorecendo o aparecimento de candidatos que são os salvadores da pátria.

### 2.3 A COMUNICAÇÃO NO PROCESSO DE ESCOLHA

Informação é poder e quem a detém pode estar à frente em diferentes aspectos. Esta relação está presente em todos os setores da sociedade, na educação, no comércio e na Bolsa de Valores. Para a política não é diferente, levar o debate à sociedade é uma tarefa essencial e garante um passo à frente daqueles que são mais expostos na mídia, de forma a facilitar a tomada de decisão por parte do eleitor.

Jurgen Habermas, filósofo e sociólogo alemão, nos trouxe o conceito de esfera pública, diferente do que existia na Antiguidade no qual os debates aconteciam em espaços físicos fechados e restritos a alguns círculos. Com o desenvolvimento da sociedade, os debates deixaram de ser restritos a campos específicos como igrejas e autoridades

constituídas, permitindo que a informação chegasse a todos, dando voz, então, à opinião pública.

A “esfera pública”, no conceito original de Habermas, é definida como os espaços de discussão social possível a partir da democracia moderna, no qual busca-se a discussão pública e a transparência para obtenção de consensos.

O estabelecimento de um lugar de debates é uma conquista relativamente recente. Se a Grécia tinha a Ágora, onde os cidadãos discutiam as questões políticas, e a república de Roma tinha no Fórum também um lugar de discussão, na idade média esse panorama muda bruscamente. A retração das cidades e o estabelecimento do chamado modelo feudal de produção altera a demanda, a possibilidade e a necessidade de um espaço de discussão. (MARTINO, 2013, p. 62)

O principal terreno, para isso, foram os veículos de imprensa que impuseram uma nova velocidade à circulação de informações, de acordo com Martino (2013, p.62), é a “reprodução em larga escala de livros e folhas diversas alterou as relações do ser humano com o conhecimento”. A velocidade de impressão e a possibilidade da produção de muitas cópias impressas foram possíveis com a criação da prensa por Johannes Gutenberg em 1439.

Os efeitos políticos foram imediatos. A imprensa significou o fim do monopólio do conhecimento pelas instâncias religiosas e universitárias e alterou as relações de poder na medida em que uma decisão política, publicada em folha, podia deixar o ambiente fechado das decisões políticas e ganhar a paisagem das ruas. (MARTINO, 2013, p.63)

Leon Festinger, psicólogo americano, desenvolveu a Teoria da Dissonância Coletiva em 1957, valioso estudo para a compreensão do consumo da informação interpessoal. De acordo com este pensamento, há uma tendência natural das pessoas buscarem informações que reforcem seus pontos de vista. Martino (2013) explica a teoria de Festinger com a aproximação que acontece por parte do interlocutor.

Em termos bastante simples, a ideia básica afirma, que no contato com uma fonte de informações, as pessoas apresentam uma tendência a buscar as que reforcem seus pontos de vista evitando, por conseguinte, dados que possam fortalecer opiniões diferentes das suas. Distanciando-se do senso comum, Festinger mostrou que o conhecimento e as novas informações não são necessariamente responsáveis por alterar as opiniões de uma pessoa; ao contrário, mesmo diante de evidências, os indivíduos buscam reforço para suas ideias. (MARTINO, 2013, p.84)

A teoria traz elementos para compreender o comportamento relacionado às informações dissonantes, ou seja, aquelas que são contrárias às referências pré-existentes do receptor. Diante de uma exposição de informações contrárias, segundo a teoria, o receptor tende a procurar informações que gerem um conforto.

Festinger mostrou que existe uma dificuldade das pessoas em enfrentar situações onde suas opiniões, práticas e crenças são confrontadas de maneira direta com uma informação contrária. Esse choque entre o conhecimento antigo e o novo é a dissonância cognitiva, isto é, o desacordo entre dois conjuntos de dados igualmente obtidos por uma pessoa. O resultado deste choque é o desconforto psicológico, outra

expressão utilizada por Festinger para descrever a instabilidade do indivíduo diante do choque de informações. (MARTINO, 2013, p. 85)

Desta maneira, a teoria apresentada por Festinger reforça a necessidade do homem em relação ao comportamento de grupo. Reunindo as pessoas com os mesmos gostos, ações, pensamentos, posturas e gírias, por exemplo, permite um conforto psicológico maior, sem riscos de confrontação e aumenta o senso de pertencimento.

Dessa maneira, encontrar pessoas que pensam e agem como nós, reforça a percepção de que estamos agindo corretamente - não é a ação em si que garante o conforto psicológico, mas o número de indivíduos com quem se compartilha a ação. Nesse sentido, em termos de dissonância cognitiva, tende a causar menos desconforto psicológico estar errado em grupo do que estar certo sozinho. Dessa maneira, é mais fácil e mais simples conviver com pessoas que compartilhem nossas opiniões, questões e problemas (MARTINO, 2013, p. 86)

O ser humano é um ser social e, desta forma, possui algumas características para garantir o fortalecimento dos seus laços sociais, de forma que possa compartilhar uma vida em sociedade. Jalbert e Schwarz (2021) destacam que durante uma conversa, por exemplo, parte-se do pressuposto tácito de que não há razão para mentir, ou seja, existe uma propensão do homem para acreditar que aquilo que é dito por alguém seja verdadeiro, principalmente quando partem de pessoas próximas. Já as informações que são divergentes das crenças pessoais tendem a ter algum conflito cognitivo.

As informações também têm maior probabilidade de serem aceitas como verdadeiras quando se trata de uma fonte credível e confiável. Como ilustram décadas de pesquisas sobre persuasão, avaliações de credibilidade da fonte podem ser baseadas em informações declarativas que trazem, por exemplo, na experiência do comunicador, educação, realização ou instituição afiliação internacional e a presença ou ausência de interesses conflitantes (Eagly & Chaiken, 1993; Petty e Cacioppo, 1986). (JALBERT e SCHWARZ, 2021, p.89).

A familiaridade com o tema ou com as pessoas pode ser suficiente para confiar na mensagem que é recebida. Isso implica numa maior sensação de reconhecimento a partir da proximidade e da repetição.

No entanto, credibilidade e julgamentos também podem ser baseados em sentimentos de familiaridade. Na vida diária, as pessoas confiam em outros familiares mais do que estranhos (Luhmann, 1979), a partir de interações pessoais ao e-commerce (Gefen, 2000). Familiaridade resultante de encontros anteriores ou até mesmo ver repetidamente fotos de um rosto é suficiente para aumentar a percepção de honestidade e sinceridade, bem como concordância com o que a pessoa diz (Brown, Brown, & Zoccoli, 2002; Weisbuch & Mackie, 2009). (JALBERT e SCHWARZ, 2021, p.89).

Neste contexto, onde o candidato precisa levar suas propostas aos eleitores, o processo de comunicação é de extrema importância para as eleições porque é a partir dele que o eleitor tomará sua decisão, seja por conhecimento do candidato ou análise de propostas. Aspectos como a influência da opinião pública, a comunicação interpessoal e até a dificuldade do

choque de informações que contrariam suas crenças, são fundamentais para entender o comportamento do eleitor em se aproximar de pessoas que tenham opiniões semelhantes.

## 2.4 OUTRAS INFLUÊNCIAS NO PROCESSO DE ESCOLHA

Para a direção do voto, de acordo com Castro (1992), os estudos têm apontado para as influências dos grupos sociais ou de categorias demográficas diversas do eleitorado, utilizando variáveis como “ocupação, origem nacional, local de residência, raça, religião, idade, escolaridade, status socioeconômicos, sexo, pertencimento e participação em associações de vários tipos”.

A conclusão mais geral a que chegaram é que a influência do grupo ao qual pertence o eleitor é importante para explicar sua escolha partidária. Eleitores que trabalham ou vivem juntos votam mais provavelmente nos mesmos candidatos. Indivíduos em situação social semelhante têm mais probabilidade de interagir; se vivem juntas, e em condições externas equivalentes, às pessoas provavelmente desenvolvem necessidades e interesses semelhantes, tendem a ver o mundo da mesma maneira e a dar interpretações parecidas a experiências comuns. Mais ainda: na decisão de votar em determinado partido ou candidato, parece mais importante a influência do "líder de opinião", que se comunica com cada eleitor dentro de seu grupo, do que os instrumentos formais de campanha política através dos meios de comunicação de massas (Lazarsfeld et al, 1965). (CASTRO, 1992, p.14)

Apesar da controvérsia sobre a influência das informações no comportamento do eleitor, existe “desde a investigação conduzida por Lazarsfeld et al (1944), um alargado consenso em torno da ideia de que os eleitores não possuem informação detalhada sobre os temas políticos em disputa em cada uma das eleições” (ANTUNES, 2008, p.59).

Para os investigadores do modelo psicossocial o papel desempenhado pela informação é abordado numa perspectiva diferente. A informação relevante não são as propostas políticas que cada partido apresenta ao eleitorado durante o período eleitoral, mas as informações que permitem aos sujeitos ao longo da sua vida, manter ou alterar a sua identidade política. Nesta perspectiva, o tipo de informação relativa à natureza do grupo social que as propõe. (ANTUNES, 2008, p. 60)

Partindo deste pressuposto, de que as definições não são baseadas dentro de uma análise de informações, como propostas, ações, vida pregressa do candidato, a confiança aos meios de comunicação ou quem transmitem as informações passa a ter um papel de relevância maior neste momento de escolha.

Não possuindo informação sobre os temas e propostas eleitorais, mas da relação de confiança que os eleitores estabelecem com as fontes de raciocínio heurístico. Não possuindo informação sobre os temas e propostas eleitorais, os eleitores acreditam que a posição de um candidato é favorável ou desfavorável aos seus interesses em função da confiança que depositam num meio de comunicação social, numa organização, numa entidade ou numa personalidade ou do grau de credibilidade que lhes atribuem. Esse é o ponto de partida para os seus raciocínios heurísticos. Ou seja, os eleitores decidem, de fato, com base na confiança e não com base na informação. (ANTUNES, 2008, p 63)

De acordo com Antunes (2008), estudos de Lazarsfeld apontam que os eleitores são mais influenciados pelos amigos e pares do que pelos meios de comunicação durante o processo eleitoral. Segundo Antunes (2008, p.63), estudos “apresentam resultados de investigações cujas conclusões apontam na mesma direção, ou seja, que a mudança de opinião está associada à credibilidade da fonte usada na comunicação”. Com isso, a credibilidade da fonte de informação, seja ela um familiar, amigo, ou um veículo estabelecido, possui uma capacidade de mobilização.

Num trabalho clássico sobre comportamento eleitoral, Lazarsfeld et al. (1944) concluíram que as campanhas eleitorais não contribuem significativamente para a mudança de posição eleitoral, identificando um fenômeno de comunicação interpessoal que interfere no processo de comunicação de massas e que ficou conhecido por *two-step flow hypotheses*. De acordo com esta hipótese, a informação fluía dos meios de comunicação para certos líderes de opinião que facilitavam a sua difusão posterior através de discussões com seus pares. (ANTUNES, 2008, p.63)

Desta forma, com o uso de poucas informações para a definição do candidato, ganha força neste processo, a influência da opinião do grupo ao qual o votante está inserido de forma a criar um consenso coletivo.

A competência política que os eleitores demonstram ao exercer a sua opção de voto não resulta, pois, da informação de que dispõem, mas da sua capacidade de votar de acordo com os grupos, as pessoas e as instituições que constituem para si referências credíveis e fiáveis. Voltamos então às propostas dos modelos sociológicos - as pessoas votam de acordo com o seu grupo social - e psicossocial - as pessoas votam de acordo com a sua identidade política - uma vez que estas são, afinal, mesmo para o modelo de escolha racional, as principais fontes de raciocínio heurístico (ANTUNES, 2008, p.63)

Neste ponto, tem destaque os estudos que apontam para o poder do grupo ao qual a pessoa está inserida para contribuir decisivamente na definição do voto. Com o advento da internet e das redes sociais, ferramentas tecnológicas, baseadas em inteligência artificial, têm aproximado pessoas que partilham das mesmas ideias de forma espontânea.

## 2.5 A INTERNET E AS REDES SOCIAIS MUDAM A PRAÇA PÚBLICA

A revolução da informação implantada a partir de Guttemberg, com a prensa, ganhou novos contornos, com a chegada da Internet e suas facilidades, na batalha de conquistar a mente dos eleitores. Neste novo meio, todos podem ser porta-voz de alguma ideologia e podem se expressar para sua audiência.

No entanto, o uso sistemático da mídia impressa e de radiodifusão, e ampla disseminação de seus produtos, exigia recursos consideráveis, o que limitava a gama de atores que poderiam tirar proveito dessas tecnologias. (...) A introdução da internet, seguida pelo desenvolvimento das redes sociais, reduziu as barreiras de acesso existentes na medida que a maioria dos indivíduos agora pode participar da disseminação em grande escala. (GREIFENEDER, JAFFÉ, NEWMAN e SCHWARZ, 2021, p. 16 - tradução do Autor)

Se antes tínhamos a praça pública como ponto central para as discussões, passando posteriormente para os meios de comunicação de massa, hoje temos a internet, com as redes sociais, o principal canal responsável por reunir grupos. É neste ambiente, onde acontecem as relações sociais e virtuais. De forma anônima ou não é possível encontrar diferentes grupos já existentes, com grande quantidade de conteúdo disponível.

Uma comunidade virtual tende a se orientar ao redor de um único ponto de afinidade e, desta maneira, constroem-se relações sociais voltadas para um e somente um objetivo relacionado com o tema. A comunidade virtual de fãs de uma banda de rock, por exemplo, é formada na interseção de um único aspecto do gosto musical de todos os participantes. A comunidade virtual é regida por um número mínimo de características comuns entre os participantes, o suficiente para garantir a razão de ser do grupo ao redor de um elemento básico. (MARTINO, 2013, p.276)

A liberdade de expressão existente na Internet fortalecido até pela percepção de anonimato permite a difusão de qualquer tipo de ideia, oferecendo todo tipo de informação, com posições extremistas ou dentro da legalidade.

A esfera pública digital, como alguns autores definem, mostra-se como um lugar (ou não lugar) político de ação e resistência, onde qualquer grupo, na defesa de quaisquer ideias, pode encontrar um espaço para divulgar seu pensamento. O livre-debate e a discussão de pontos de vista, uma das bases fundadoras da democracia, parece encontrar na internet sua expressão mais genuína. Em alguns casos, a internet é a única forma de resistência e de livre trânsito de informações. (MARTINO, 2013, p. 281)

As redes sociais, desenvolvidas há poucas décadas, trouxeram a oportunidade e a agilidade de divulgar qualquer informação em questão de segundos para centenas de seguidores, chegando para consumo por meio dos smartphones. A informação, que se teria em canais oficiais, se obtém primeiro por amigos ou conhecidos nas redes sociais, tornando-se a primeira fonte no ambiente virtual.

Com a tecnologia de smartphone moderna e redes sociais online, todo usuário de internet pode ser um transmissor. O usuário médio do Twitter tem 707 seguidores (Smith, 2019) para quem as informações podem ser transmitidas em frações de segundos. Este nível de alcance era anteriormente impossível para os indivíduos, criando uma base completamente nova, onde a disseminação de notícias não é mais um acesso restrito de poucos e privilegiados, mas disponível para todos (usuários da Internet). Embora essa mudança tenha o potencial para empoderar os cidadãos, também permite a disseminação descontrolada de informações incorretas e apela para o desenvolvimento de novas normas sociais de informação, partindo de uma cuidadosa avaliação e compartilhamento. (GREIFENEDER, JAFFÉ, NEWMAN e SCHWARZ, 2021, p. 17 - tradução do Autor)

Além da facilidade da divulgação de qualquer informação, as redes sociais trouxeram um novo paradigma do consumo de informações. Isso porque o *feed* que aparece para o usuário é um recorte das próprias preferências, com vistas a garantir a audiência do usuário por mais tempo. Esse *feed* é formado por meio de algoritmos, que aprendem o comportamento e o conteúdo que o usuário aprecia.



Em particular, empresas como o Facebook filtram o fluxo de notícias disponíveis e apresentam a seus usuários um feed selecionado. Os detalhes do algoritmo de curadoria são desconhecidos para os usuários e sofrem alterações frequentes. O que se sabe é que o algoritmo favorece informações que se enquadram no perfil de preferências do usuário e retém informações que não o fazem. A bolha de filtro resultante (Pariser, 2011) apresenta informações amplamente consistentes que reforçam a visão de mundo do usuário e apresenta poucos desafios, deixando os usuários confiantes de que suas próprias opiniões estão corretas e as opiniões dos outros, na melhor das hipóteses, equivocadas e, na pior, malévolas (Schwarz & Jalbert, 2020). (GREIFENEDER, JAFFÉ, NEWMAN e SCHWARZ, 2021, p. 17- tradução do Autor)

Piaia e Alves (2020, p. 136) estudaram os grupos de Whatsapp do candidato à presidência Jair Messias Bolsonaro, que na disputa eleitoral de 2018, possuía oito segundos de tempo de televisão, quantidade insuficiente para apresentar propostas e contar a sua trajetória. Desta forma, o candidato utilizou as redes sociais como grande catalisador das mensagens para divulgação no processo eleitoral. “Durante o período eleitoral, ao menos 1.500 grupos funcionaram como comitês de campanha, circulando ideias, promovendo debates e organizando ações coletivas, como carreatas e manifestações”, conseguiram apurar os autores. E o Whatsapp é um grande influenciador para transmitir informações, com “57% das pessoas consideram o aplicativo uma importante fonte de informação política.”

Essa nova condição promovida pelas redes sociais, na qual não se tem os pressupostos do jornalismo de imparcialidade na abordagem dos assuntos tratados, permite agrupar ainda mais as opiniões, radicais ou não, que nem sempre são encontradas nas ruas ou em praça pública.

Muitos observadores suspeitam que essas bolhas de filtro contribuíram para o resultado da votação do Brexit de 2016 (Oyserman & Dawson, 2020). Combinado com a homofilia natural das redes sociais humanas, onde os indivíduos geralmente fazem amizade com outras pessoas que pensam da mesma forma e semelhantes, os mecanismos de filtros podem criar redes homogêneas poderosas em que o conteúdo que se encaixa nos valores e normas dos membros tem uma chance maior de ser comunicada. De maneira crítica, as informações compartilhadas dentro de tais bolhas podem viajar como um pedaço de som em uma câmara de eco, permitindo que vozes isoladas soem como um coro. (GREIFENEDER, JAFFÉ, NEWMAN e SCHWARZ, 2021, p. 17 - tradução do Autor)

As novas opções das redes sociais agregaram um novo elemento ao conturbado meio político eleitoral e ideológico. Como os algoritmos selecionam os conteúdos de acordo com as preferências, a exposição ao contraditório ou informações que refutem as observações anteriormente publicadas raramente irá aparecer.

As câmaras de eco e as bolhas de filtro são relevantes para o problema das notícias falsas porque podem afetar a probabilidade de uma pessoa transmitir notícias falsas nas seguintes maneiras. Primeiro, é mais provável que alguém esteja conectado a outras pessoas que, evidentemente, acredite nas notícias (isso leva a credibilidade e reforço social). Em segundo lugar, é mais provável que um seja exposto a notícias falsas e aumentado exposição foi encontrada para aumentar a probabilidade de crença (Hasher, Gold-stein, & Toppino, 1977), e menos provável de ser exposto a

informações que contra uma notícia ideologicamente alinhada, mas falsa. Finalmente, há um aumento da pressão normativa para divulgar notícias falsas (mesmo que não se acredite). (ACKALAND e GWYNN, 2021, p. 43 - tradução do Autor)

Os algoritmos estão permitindo juntar pessoas com opiniões semelhantes o que raramente aconteceria pelos meios tradicionais até então existentes antes das redes sociais. Como os sistemas identificam as preferências de cada um, naturalmente grupos divergentes possuem *feeds*, aos quais são expostos, completamente diferentes, especialmente, quando se fala de partidos políticos e ideologia.

Ao mesmo tempo, o acúmulo de curtidas e repostagens garantem que o mecanismo de filtragem do *feed* torna a exposição a informações opostas cada vez menos provável. O site “Blue Feed / Red Feed” do *Wall Street Journal* ilustra como o mecanismo de filtragem do Facebook resultou em *feeds* de notícias profundamente diferentes para liberais e conservadores durante as eleições de 2016 nos Estados Unidos, e um crescente corpo de pesquisa traça como a homofilia de opinião dentro das redes contribui para controvérsias entre redes (Del Vicario et al., 2016; Gargiulo & Gandica, 2017). (SCHWARZ e JALBERT, 2021, p. 94 - tradução do autor)

Se tínhamos alguns veículos falando para muitos no passado, hoje, todos podem falar para muitos, sem os filtros estabelecidos de jornalistas com a isenção na produção do conteúdo informativo. A diferença está no fato de que pessoas que não se encontrariam no mundo real, passam a ter a possibilidade, ou melhor, uma maior probabilidade de encontrarem-se no mundo virtual. Este é um novo fator que modifica o comportamento e cria a “sensação” de massa dentro de uma bolha, visto que o receptor acaba tendo maior exposição aos assuntos da sua preferência, alguns dos quais, ainda no inconsciente, expostos para atrair a sua atenção no *feed*.

Diante do modelo que se apresenta, denominamos aqui esse fenômeno, de atração entre usuários de rede social, baseado nos algoritmos, de *Magnetismo Psicossocial*, pois os meios existentes disponíveis, por meio da inteligência artificial, têm o poder de atrair os iguais por seus sentimentos, gostos, crenças, opiniões ou por suas angústias. Esse *Magnetismo Psicossocial* reúne pessoas dentro de grupos cada vez mais homogêneos no ambiente virtual criando um ambiente segregado do mundo real, onde existe a troca de informações e debates. Os algoritmos utilizados pelas redes sociais têm uma alta capacidade de processamento de dados e possuem a capacidade de aprender com o usuário, de acordo com condições sociais, geografia, estado civil, idade, gênero e as preferências de consumo, interesses, sentimentos, hábitos, necessidades, comportamentos, entre outras características.

A capacidade dos algoritmos em tomar decisões, com o crescimento da análise dos dados pelos *Big Datas*, podem impactar ainda mais o comportamento humano num futuro não tão distante. Em termos de história humana, as escolhas livres dos indivíduos remontam há

poucos séculos, quando as pessoas ainda acreditavam que a autoridade tinha origem em leis divinas. Como esse foi um processo de mudança que aconteceu ao longo dos séculos, pode acabar sendo revertida.

Foi só nos séculos mais recentes que a fonte de autoridade passou das entidades celestiais para humanos de carnes e osso. Em breve, a autoridade pode mudar novamente - dos humanos para os algoritmos. Assim como a autoridade divina foi legitimada por mitologias religiosas e a autoridade humana foi justificada pela narrativa liberal, a futura revolução tecnológica poderia estabelecer a autoridade dos algoritmos de Big data, ao mesmo tempo que solapa a simples ideia da liberdade individual. (HARARI, 2018, p.72)

Parte dos usuários de redes sociais não sabe que está sendo induzida pelos algoritmos, já outra parte tem utilizado as diferentes ferramentas digitais sem se preocupar com as sugestões de conteúdo ou amizades apresentadas. Diferentes aplicativos de namoro, de comida ou apenas sociais estão coletando dados, sugerindo amizades e realizando conexões a partir dos dados que o usuário deixa como uma verdadeira impressão digital. O tempo que visualiza um vídeo ou a rapidez que passa algum tipo de imagem são alguns os dados que eles coletam durante o uso dos aplicativos.

Pense em como, no decorrer de duas décadas, bilhões de pessoas passaram a confiar no algoritmo de busca do google em uma das tarefas mais importantes: buscar informação relevante e confiável. Já não buscamos mais informação. Em vez disso, nós googlamos. E, quanto mais confiamos no google para obter respostas, tanto mais diminui nossa aptidão para buscar informação por nós mesmos. Já hoje em dia, a "verdade" é definida pelos resultados principais do google. (HARARI, 2018, p.80)

Harari (2018) deixa ainda mais claro essa corrida que grandes empresas estão fazendo em busca de dados, muitos dos quais não estão processados. Para essas empresas, ele chama este modelo de negócios como de “mercadores da atenção”, diante da forma que atuam, buscando a atenção do usuário e fornecendo entretenimento, relacionamentos e informações. “Seu verdadeiro negócio não é vender anúncios. E sim, ao captar nossa atenção, eles conseguem acumular imensa quantidade de dados sobre nós, o que vale mais do que qualquer receita de publicidade. Nós não somos seus clientes - somos seus produtos”, define Harari (2018, p. 107).

Essa grande quantidade de dados disponíveis pode levar ao desenvolvimento de ferramentas poderosas sobre o comportamento humano, permitindo manipular atitudes com cada vez mais segurança, isso poderia levar a produção de ferramentas que tomariam as decisões pelas pessoas sem levar em conta os seus sentimentos.

À medida que cientistas chegam a uma compreensão mais profunda de como os humanos tomam decisões, a tentação de se basear em algoritmos vai aumentar. Hackear a tomada de decisão por humanos não só fará os algoritmos de big data serem mais confiáveis; ao mesmo tempo, fará com que os sentimentos humanos sejam menos confiáveis. À medida que governos e corporações obtêm sucesso ao hackear o sistema operacional humano, ficaremos expostos a uma enxurrada de

manipulações guiadas com precisão. Pode ficar tão fácil manipular nossas opiniões e emoções que seremos obrigados a nos basear em algoritmos do mesmo modo que um piloto, ao sofrer um ataque de tontura, tem de ignorar o que seus sentimentos estão lhe dizendo e depositar toda a sua confiança nos aparelhos. (HARARI, 2018, p. 80)

Os impactos na democracia ainda são imprecisos assim como o uso de algoritmos para definir comportamentos, “é possível listar muitos problemas que acometem os algoritmos e concluir que as pessoas nunca confiarão nele. Mas isso é como catalogar todos os inconvenientes da democracia e concluir que uma pessoa sã jamais optaria por apoiar esse sistema”, explica Harari (2018, p.79). Ele compara este dilema, da mesma forma que Winston Churchill, primeiro ministro do Reino Unido, disse que a democracia é o pior sistema político do mundo, com exceção de todos os outros. “As pessoas talvez cheguem à mesma conclusão no que concerne aos algoritmos de Big Data: eles tem muitos problemas, mas não temos alternativa melhor”, Harari (2018, p.79).

O momento atual, de acordo com ele, seria o de compreender o caminho que o modelo atual levará à sociedade e os impactos que isso causará. A visão de que o sistema atual pode ruir é expressada por alguns dos autores, como Harari.

Assim, faríamos melhor em invocar juristas, políticos, filósofos e mesmo poetas para que voltem sua atenção para essa charada: como regular a propriedade de dados? Essa talvez seja a questão política mais importante da nossa Era. Se não formos capazes de responder a essa pergunta logo, nosso sistema sociopolítico pode entrar em colapso. As pessoas já estão sentindo a chegada do cataclismo. Talvez seja por isso que cidadãos do mundo inteiro estão perdendo a fé na narrativa liberal, que apenas uma década atrás parecia irresistível. (HARARI, 2018, p.111)

A internet tem sido o ambiente catalisador da atenção das pessoas pelo conteúdo e por permitir a união de pessoas. Mas isso, tem trazido riscos também aos usuários expostos a ferramentas as quais não se tem o conhecimento e o controle, como os algoritmos.

## 2.6 A ERA DA PÓS-VERDADE: SEM FATOS, COM VERSÕES

Com a necessidade de alimentar e manter o grupo unido, a informação passa a ter um papel preponderante neste campo de batalha, garantindo uma fileira de fiéis defensores para seus respectivos grupos. Para este período, chamado de política da pós-verdade, onde a verdade e a mentira possuem o mesmo valor, principalmente quando o assunto envolvido é política, a comunicação passa a ter papel de destaque.

*O autor independente Matthew Norman concorda e observa que "a verdade tornou-se tão desvalorizada que o que antes era o padrão ouro do debate político é agora um moeda sem valor" (Norman, 2016) - e em vez disso, os chamados fatos alternativos são apresentados por candidatos e políticos. Em um mundo de política pós-verdade, fatos alternativos e incerteza, revelando o que é verdadeiro ou falso tornou-se indiscutivelmente mais difícil do que antes. (JAFFE E GREIFENDER, 2021, p. 129 - tradução do Autor)*

Ackland (2021, p.41) argumenta que as notícias falsas têm a capacidade de influenciar a opinião pública, sendo distribuída para toda a sociedade, e apresenta algumas formas como elas são utilizadas atraindo a atenção do leitor: sátira, rumores, teorias da conspiração e fraudes. Nestes casos, os difusores de conteúdo podem citar ainda fontes reais, confiáveis, para passar mais credibilidade às informações.

Alguns fatores, considerados individualmente ou em conjunto, são apontados como importantes para que as pessoas a tornem como verdadeiras qualquer tipo de informação. 1 - A compatibilidade da informação nova com o conhecimento já existente acerca daquele tema; 2 - A coerência da história em relação aos elementos empregados; 3 - Quando são utilizadas fontes com credibilidade para passar a informação. Para avaliar se uma afirmação é verdadeira, as “pessoas consideram se os outros acreditam ou concordam com a informação” (Schwartz e Jalbert, 2021) .

Uma das explicações utilizadas por Akland e Gwynn (2021, p.41), sobre os motivos das pessoas espalharem as informações falsas, está pelo fato de que elas acreditam na informação por seu viés heurístico, ou seja, “a tendência de confiar em padrões simplistas para reduzir o gasto de pensamento crítico”. Ele argumenta que se a informação nova que chega se articula com “crenças e opiniões anteriores: se a informação firma esses antecedentes, é mais provável que se acredite e, portanto, potencialmente será disseminado”.

Outra razão para espalhar desinformação relaciona-se a pressões normativas por meio das quais as pessoas espalham desinformação a fim de ganhar afirmação e aceitação social: isso se relaciona com a teoria da identidade social (Tajfel & Turner, 2001, 2004). (ACKLAND e GWYNN, 2021, p. 41 - tradução do Autor)

Citando o trabalho de Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz e Cook (2012), Ackland e Gwynn (2021) apontam quatro fatores que influenciam uma pessoa a acreditar nas informações que são falsas: consistência da mensagem, coerência da mensagem, credibilidade da fonte e aceitabilidade geral. Jalbert e Schwarz (2021) acrescentam à lista o fato de se as outras pessoas concordam e se existem evidências para apoiá-la.

Estes critérios podem ser avaliados considerando o conhecimento relevante, que é um processo relativamente lento e um processo trabalhoso e pode exigir uma extensa pesquisa de informações. O mesmo critério também pode ser avaliado com base na resposta intuitiva, que é mais rápida e menos onerosa. Quando a resposta intuitiva inicial sugere que algo pode estar errado, as pessoas tendem a recorrer à análise mais trabalhosa, desde que haja tempo e as circunstâncias permitam isso. Isso faz avaliações iniciais intuitivas da verdade um guardião para saber se as pessoas vão se envolver ainda mais com a mensagem usando um olhar crítico ou apenas acene com a cabeça concordando. (SCHWARZ e JALBERT, 2021, p. 87 tradução do Autor)

Ackland e Gwynn (2021) citam os estudos de Vosoughi, Roy e Aral (2018) sobre o comportamento de propagação de notícias falsas e verdadeiras no Twitter. As notícias falsas

se difundiram mais rapidamente e chegaram a cerca de seis vezes mais pessoas, mesmo que as características do perfil da rede não expliquem a difusão, visto que possuíam menos seguidores e menores período de uso da rede.

No entanto, a falsidade era 70% mais propensos a ser retuitado, em comparação com a verdade, mesmo depois de controlar esses fatores. Eles, portanto, investigaram o impacto (na difusão) de uma característica da própria notícia: a novidade. Eles mediram a novidade das notícias comparando a distribuição do tópico das histórias de notícias em sua amostra com os tweets que os usuários foram expostos nos 60 dias anteriores ao retuite de exemplos de notícias. Elas descobriram que as notícias falsas são mais novas do que as notícias verdadeiras e sugeriram que a diferença de padrões de difusão inicial podem ser devidos a pessoas que preferem compartilhar novas informações (independentemente da sua veracidade) porque a novidade atrai a atenção (permite-nos para atualizar nossa compreensão do mundo) e também pode haver benefícios sociais para espalhar novas informações (um está “por dentro”) (ACKLAND e GWYNN, 2021, p. 49 - tradução do Autor)

Neste aspecto, as redes sociais facilitam a propagação das mensagens falsas divulgadas por conta do formato exigido pelos principais programas, como o Twitter que limita a quantidade de textos possível de ser usado. Mensagens curtas e grande quantidade de posts vistos diariamente dificultam a análise adequada das informações com base sólida.

Em segundo lugar, as mídias sociais são adequadas para a disseminação de notícias falsas; o formato da mídia social é tal que a informação tende a ser distribuída em pequenos trechos de texto, o que torna mais difícil para os usuários avaliar a veracidade. Terceiro, houve um declínio contínuo da confiança do público e da grande mídia. Quarto, em muitos países ocidentais, houve um aumento na polarização política (grau de sentimentos negativos orientados para o outro lado do espectro político) e este fator pode aumentar a probabilidade de acreditar em notícias falsas (ACKLAND e GWYNN, 2021, p. 42 - Tradução do autor)

Jaffe e Greifender (2021) destacam a questão da negatividade no julgamento da verdade também como um dos fatores que dificultam a análise se a notícia é verdadeira ou não, a partir do viés de negatividade em julgamento de verdade de Hilbig (2009), ou seja, a informação negativa tem maior probabilidade de ser julgada como verdadeiro. Eles dão como exemplo enunciados diferentes para o mesmo conteúdo: (1) 80% dos casamentos duram dez anos ou mais ou (2) 20% dos casais se divorciam nos primeiros dez anos.

No entanto, quando os indivíduos são solicitados a julgar a veracidade das declarações, as estimativas diferem dependendo sobre se eles leem a versão emoldurada positiva (1) ou negativa (2) do mesmo fato. Em particular, a pesquisa mostrou que a declaração com moldura negativa (2) que se concentra na taxa de divórcio é mais provável de ser julgado como verdadeiro em comparação para a versão positivamente enquadrada (1) que se concentra na duração do casamento (Hilbig, 2009). (JAFFE E GREIFENDER, 2021, p 128 - tradução do autor)

A repetição é outro componente que reforça a manutenção da mentira. Como o ditado popular, uma mentira dita mil vezes, vira verdade. A ciência comprovou este aspecto, do ponto de vista de que a exposição prolongada de informações falsas possam comprometer a

avaliação do espectador. Jalbert e Schwarz (2021) destacam o estudo realizado em laboratório por Goldstein e Toppini (1977), avaliando a confiança de diferentes afirmações.

Ele se utilizou de declarações verdadeiras e falsas, sendo que os participantes foram questionados para classificar as respostas como verdadeira ou falsa em três ocasiões, com duas semanas de intervalo. As mensagens foram expostas em quantidade de vezes diferentes e os participantes ficavam mais confiantes que uma frase era verdadeira conforme a frequência que eles a tinham visto. Esta hipótese foi desenvolvida em outros estudos, confirmando o efeito de *verdade ilusória*.

Estas influentes mensagens são postadas por amigos, uma fonte confiável. O conteúdo que eles postam é geralmente compatível com as próprias crenças, dada a semelhança de opiniões e valores em redes de amizade. Mensagens postadas são curtidas por outros amigos, confirmando assim o consenso social, e repostando, garantindo assim múltiplas exposições. A cada exposição, o processamento se torna mais fácil e as percepções de consenso social, coerência e aumento de compatibilidade. Comentários relacionados às mensagens fornecem evidências adicionais de apoio e aumentam ainda mais a familiaridade. (SCHWARZ e JALBERT, 2021, p. 94 - tradução do autor)

Fator recente ao processo eleitoral, passível de mais estudos, estão as *fake news* como ferramenta de manipulação e manutenção do status de união dos grupos, isto porque a tecnologia está a cada dia mais ao alcance fácil de todos por meio dos smartphones. Santos (2020) aponta que o crescimento do uso dessa ferramenta tem relação com o declínio da democracia e o crescimento dos discursos autoritários, enfraquecendo as instituições e o próprio processo democrático.

A mentira sempre esteve presente na política. No entanto, o alcance e a velocidade da Internet aumentaram as preocupações a respeito. Um problema ocasional, que afetava as instituições apenas em locais e oportunidades específicas, tornou-se uma ameaça estrutural à própria democracia. Ao mesmo tempo que corroem a confiança em instituições como o parlamento, os partidos e a mídia, as campanhas de desinformação também aprofundam as divisões ideológicas, polarizam e radicalizam as sociedades. (SANTOS, 2020, p. 430)

Os processos eleitorais têm recebido cada vez mais instrumentos tecnológicos para indicar preferências, comportamentos e desejos dos eleitores. Por isso, o uso de informações falsas, que se disseminam com grande rapidez, podem comprometer todo o processo eleitoral e o sistema democrático como um todo. A interação humana é baseada na confiança entre os interlocutores, a ausência de confiança nas instituições põem em risco todo o sistema.

Notícias falsas sobre um governo têm o potencial para minar a confiança da sociedade e, portanto, constituir uma ameaça, especialmente para as democracias. Além disso, denunciando jornais e emissoras estabelecidas de forma periódica tem o potencial de minar a confiança nas organizações que assumem papel dos verificadores de fatos nas sociedades modernas. Nos Estados Unidos, a confiança em fontes primárias de notícias mostraram uma divisão partidária na época das Eleições de 2016, com 51% dos democratas, mas apenas 14% dos republicanos relatando “uma quantidade razoável ”ou“ muita ”confiança na fonte de notícias

tradicional (Swift, 2016). (GREIFENEDER, JAFFÉ, NEWMAN e SCHWARZ, 2021, p. 16 - tradução do Autor)

O empresário Donald Trump concorreu em 2016, pelo partido Republicano, ao cargo de presidente e se utilizou das estratégias de Steve Bannon, estrategista de campanha e na Casa Branca, que buscam difundir factóides (notícias sem fundamentos) apenas para conseguir mais exposição na mídia e estar presente no imaginário das pessoas. Por diversas vezes, o então presidente americano também criticou a postura da imprensa americana e acusa, constantemente, os veículos de comunicação e jornalistas de divulgar fake news a seu respeito, quando divulgam notícias que não lhe agradam (ARIAS, 2019). A mesma estratégia foi utilizada no processo de reeleição em 2020, desta vez, os ataques do presidente foram proferidos contra o sistema eleitoral, criando dúvidas sobre o resultado do processo como um todo.

Diante de seu poder de manipulação, as *fakes news* espalharam-se ao redor do mundo e existe um impacto comprovado nos processos eleitorais. Eleições recentes como do Brext, Donald Trump e cancelamento do processo eleitoral no Quênia são alguns dos casos em que foi comprovada uma interferência dessas falsas informações (SANTOS, 2020).

Por exemplo, Allcott e Gentzkow (2017) estimaram que o americano médio adulto consumiu de uma a três notícias falsas nos meses anteriores a eleição presidencial dos EUA de 2016 e os verificadores de fatos do Washington Post relatou que o presidente Trump fez 10.796 afirmações falsas ou enganosas nos primeiros 869 dias de sua presidência (Kessler et al., 2019). Além disso, Vosoughi, Roy e Aral (2018) descobriram em análises de dados do Twitter que informações falsas são retuitadas mais rapidamente e com mais frequência do que informações verdadeiras, principalmente notícias na política. (GREIFENEDER, JAFFÉ, NEWMAN e SCHWARZ, 2021, p. 15 - tradução do Autor)

No Brasil, também é possível encontrar o uso deste tipo de estratégia. Entre os achados da pesquisa de Santos (2020) está o relatório da Organização dos Estados Americanos (OEA) que acompanhou o processo eleitoral brasileiro de 2018. Apesar da entidade ter elogiado o sistema brasileiro de votação por meio da urna eletrônica, mostrou-se preocupada com o novo desafio com o que chamou de “sistemas criptografados” para envio de mensagens falsas em massa, um comportamento novo no processo eleitoral brasileiro.

Um episódio mostra o tamanho do problema nas eleições de 2018. No segundo turno das eleições, a equipe de campanha de Haddad criou um canal para as pessoas enviarem notícias falsas, espalhando alegações. Esse canal era composto por um site e um número de telefone para envio de mensagens pelo WhatsApp. De acordo com informações do site do partido, nas primeiras doze horas, eles receberam mais de 5.000 reclamações. Estava claro que não se tratava de uma distribuição inocente de informações falsas. O tamanho das campanhas de desinformação indicava que havia alguma estrutura considerável por trás disso. (SANTOS, 2020, p. 437)



De fato, no relatório final apresentado pela entidade, que teve uma missão presente da OEA durante o processo eleitoral e nos dias da votação dos dois turnos, “lamenta a utilização irresponsável que vários setores políticos fizeram desta ferramenta” (OEA, 2019, p. 14), o que demonstra a gravidade e a difusão deste modelo no processo eleitoral.

Embora este fenômeno já tenha sido visto em processos eleitorais em outros países, as eleições do Brasil apresentaram novos desafios, tais como a utilização de sistemas de mensagens privadas para divulgação em massa de desinformação. O fenômeno das “fake news” ocorre no contexto de um crescimento progressivo da utilização da Internet, que em 2016 chegou a quase 60% da população brasileira. Durante o processo eleitoral, com base nas faculdades que lhe são conferidas na lei eleitoral, a Justiça Eleitoral ordenou a remoção de conteúdos da Internet considerados difamatórios. (OEA, 2019, - p.14)

Um dos itens discutidos pela entidade é a desinformação, causado pela grande quantidade de notícias falsas divulgadas, principalmente, pelo Whatsapp, que diferente de uma rede social aberta, a criptografia dificulta a identificação da origem das mensagens.

Apesar dos esforços feitos no Brasil para combater a desinformação, a Missão notou que a proliferação de informação falsa observada por ocasião das eleições do dia 7 de outubro passado intensificou-se no segundo turno das eleições, alastrando-se para outras plataformas digitais, como o Whatsapp. A natureza desta ferramenta, um serviço criptografado de mensagens privadas, dificulta o já complexo combate à propagação de notícias falsas (OEA, 2019, p. 17)

A entidade ressalta que o combate a este tipo mensagem é um dever de todos e que há a necessidade de um trabalho com abordagem “multisetorial e incluir os partidos políticos, bem como seus militantes e simpatizantes” (OEA, 2019).

Da mesma forma, os próprios cidadãos devem adotar uma postura crítica diante das informações que recebem, e devem verificar as notícias antes de compartilhá-las. Nesse sentido, recomenda-se promover a alfabetização digital e midiática com campanhas de conscientização e iniciativas educacionais. Ademais, sugere-se que as autoridades trabalhem em conjunto com universidades e organizações da sociedade civil para formular iniciativas participativas e transparentes que favoreçam uma melhor compreensão do impacto que a desinformação tem sobre os processos eleitorais, bem como a formulação de respostas adequadas a esses fenômenos. (OEA, 2019, p. 96)

As notícias falsas, além de dificultar a correção das informações (Ackland e Gwynn, 2021), têm a capacidade de impor o tema para discussão nos outros meios. Desta forma, a agenda da mídia passa a ser as verificações e o confronto de posições, o que acaba por reforçar as teorias apresentadas. Ackland e Gwynn (2021) citam o trabalho de Cargo, Guo e Amazeen (2018) que analisa o potencial de impacto das notícias falsas.

Notícias falsas podem ter um impacto na definição da agenda na mídia de notícias (particularmente na mídia partidária) simplesmente gerando desinformação que precisa ser respondida por jornalistas (por exemplo, através da verificação de fatos). Eles testam o potencial de definição da agenda de notícias falsas usando o GDELT Global Knowledge Graph, uma rede de pessoas, locais, temas, e eventos construídos computacionalmente a partir de notícias globais (Leetaru & Schrod, 2013). Usando os testes de causalidade de Granger, os autores descobriram que as notícias falsas eram um sucesso na transferência da relevância do problema para a mídia online

para questões específicas (por exemplo, relações internacionais) durante o período 2014-2016. Eles também distinguiram meios de comunicação partidários e descobriram que a mídia conservadora transferiu o problema relevância para a mídia de notícias falsa, e isso, por sua vez, impulsionou a agenda da mídia liberal (que estavam respondendo a notícias falsas). (ACKLAND e GWYNN, 2021, p. 43 - Tradução do autor)

De acordo com Jalbert e Schwarz (2021) e Ackland e Gwynn (2021), as informações falsas têm grande dificuldade de serem corrigidas e que a exposição necessária para a correção levará a mensagem a outras pessoas. Pesquisas realizadas com estudantes, conforme Jalbert e Schwarz (2021), mostram que quando os alunos são confrontados com as informações corretas e apresentando o passo a passo porque a ideia está errada é possível convencê-los. No entanto, a conclusão neste caso, no qual há um ambiente controlado e porque o “destinatário deseja obter as informações corretas e está suficientemente motivado para prestar atenção, pensar sobre os problemas” é possível garantir a mudança de opinião (Jalbert e Schwarz, 2021, p. 96). O que não se replica quando transpassamos para a realidade das redes sociais.

Embora isso funcione na sala de aula, com destinatários motivados, tempo suficiente e o benefício de incentivos A realidade das campanhas de informação pública é totalmente diferente. Para qualquer tópico, apenas um pequeno segmento da população se importará o suficiente para se envolver com os detalhes; a maioria provavelmente perceberá a mensagem apenas de passagem, se for o caso, e a processará superficialmente ao fazer outra coisa. Mesmo que eles se lembrem da mensagem correta, conforme pretendido, quando testada imediatamente, ela pode desaparecer rapidamente da memória. (SCHWARZ e JALBERT, 2021, p.96 - Tradução do Autor)

O risco, segundo Jalbert e Schwarz (2021, p.96), é que a tentativa de corrigir a desinformação alcance pessoas que não estejam motivadas para o processamento e que a repetição pode levar ao risco de reforçar as notícias falsas. Isso porque a repetição pode apenas fazer com que o receptor se familiarize com o tema, sem que incorpore seu detalhamento, “em suma, exposição frequente não só aumenta a verdade aparente de uma afirmação, mas também aumenta a crença que a declaração veio de uma fonte confiável” .

Sob tais condições, repetir informações falsas a fim de corrigi-las pode na maioria das vezes conseguir espalhar informações falsas para destinatários desinteressados que podem, de outra forma, nunca tê-lo encontrado. Não tendo processado a mensagem em detalhes, eles podem agora achar as afirmações falsas um pouco mais familiares e fáceis de processar ao ouvi-los ou vê-los novamente. Dessa forma, a tentativa de corrigir o crenças errôneas de alguns podem preparar muitos outros para aceitar essas crenças por meio de exposição repetida (para uma revisão, consulte Schwarz, Sanna, Skurnik, & Yoon, 2007). (SCHWARZ e JALBERT, 2021, p.96 - Tradução do Autor)

Por isso, para evitar um reforço da mensagem, Jalbert e Schwarz (2021, p.97) indicam que a melhor estratégia é se “abster de qualquer reiteração de informações falsas e se concentrar apenas nos fatos”. Desta forma, “quanto mais os fatos se tornam familiar e fluente,

é mais provável que sejam aceitos como verdadeiros e servir como base para julgamentos e decisões”.

A principal arma que o cidadão tem ao se deparar com uma informação nova é o ceticismo. Somente assim é possível analisar se a informação é verdadeira, comparar com os conhecimentos já adquiridos e se aquele novo dado tem consistência e razoabilidade. Isso porque, segundo Schwartz e Jalbert (2021, p.97), uma vez que as “pessoas tenham processado as falsas informações, os avisos exercem poucas influências”. O acirramento do debate pode dificultar ainda mais a percepção, isso porque “apenas percebendo que uma mensagem apoia o outro lado é ela mesma susceptível de suscitar suspeita e desconfiança, prejudicando ainda mais as tentativas de correção em contextos polarizados”, apontam os autores.

Segundo Schwartz e Jalbert (2021), a verdade está sempre em desvantagem, “porque é mais difícil de processar, entender e lembrar”. Por isso, é importante se utilizar das mesmas ferramentas de quem propaga as notícias falsas, para garantir uma boa comunicação, com mensagens que “facilitem seu processamento fluente”, “evitando jargões”, “fonte fácil de ler e a pronúncia do locutor fácil de entender”.

## **CAPÍTULO 3 – IDENTIFICAÇÃO**

### **3.1 MODELOS DE IDENTIFICAÇÃO PARTIDÁRIA**

Como discutido no capítulo anterior, algumas teorias sobre a definição do voto buscaram explicações na identificação partidária para delinear esse processo de escolha. Parte deste pressuposto tem como base estudos de teóricos americanos, no qual o sistema político-eleitoral é sustentado por um bi-partidarismo, diferente da realidade brasileira. Para esses autores, a identificação partidária ganha contorno chave na definição do voto, por se manter igual por um longo período e permitir antecipar o comportamento dos eleitores.

A identificação partidária é uma identificação socializada, duradoura, afetiva e psicológica precoce com um partido político específico. Alguns dos primeiros estudos empíricos sobre o comportamento eleitoral nos Estados Unidos descobriram o conceito, e agora ele está incorporado aos estudos eleitorais na maioria das nações democráticas. A identificação partidária justifica tal importância porque estrutura a visão de uma pessoa do mundo político, fornece pistas para julgar os candidatos e questões políticas, molda a escolha do voto, influencia a participação nas eleições e promove a estabilidade dos sistemas eleitorais. (DALTON, 2016, p1 - tradução do autor)

Dalton (2016) retoma os estudos iniciais de Campbell et al destacando a importância da relação da definição do voto com a identificação partidária. Entre os pressupostos apresentados está o fato de parte dos pesquisados definirem seus candidatos no início do processo eleitoral, antes mesmo da campanha eleitoral.

Essas lealdades partidárias existem como uma parte central do sistema de crenças de um indivíduo, agindo como uma dica política para outras atitudes e comportamentos. Esses pesquisadores descreveram essas ligações partidárias como um senso de identificação partidária (PID): uma identificação de longo prazo, afetiva e psicológica com o partido político de sua preferência. A teoria da identidade social argumenta que esses laços partidários são semelhantes às identificações com uma classe social, denominação religiosa ou outro grupo social. (DALTON, 2016, p. 2 - tradução do autor.)

As pesquisas eleitorais passaram a contar com perguntas para avaliar se existe esta identificação partidária e seguida por uma escala para mensurar o nível de vinculação. Neste sentido, ganhou corpo nas pesquisas eleitorais pelo mundo a abordagem de aspectos psicológicos relacionados ao processo de identificação. Dalton (2016, p. 2) destaca ainda que “já há evidências crescentes de que esses laços partidários estão se enfraquecendo na maioria das democracias contemporâneas, o que levanta questões sobre como será a vida política se o partidarismo enfraquecer”. A evolução do conceito e a maior difusão das técnicas de pesquisas permitiram avançar nos estudos relacionados à identificação.

“De um modo geral, você se considera um republicano, um democrata, um independente ou o quê?” Se os entrevistados disserem que são republicanos ou democratas, eles são questionados se se autodenominam republicanos ou democratas fortes ou republicanos ou democratas não muito fortes. Se eles dizem que são independentes, eles são questionados se eles se consideram mais próximos do

Partido Republicano ou do Partido Democrata. Pesquisadores americanos usam essa pergunta para criar uma escala de identificação partidária de sete pontos, indo de um democrata forte em uma extremidade, um independente próximo a nenhum dos partidos no meio e um republicano forte na outra extremidade. (DALTON, 2016, p2 - tradução do autor)

Em virtude das diferenças locais, por conta de configurações políticas diversificadas, outras formas de abordar o tema, com perguntas específicas foram sendo desenvolvidas para adaptar-se à realidade local. Dalton (2016, p.2) apresenta um dos modelos de questionamento utilizados em outros países que buscam compreender a vinculação partidária. Esta mesma questão ganha a seguinte abordagem: “Você geralmente se considera próximo de algum partido em particular? De qual partido você se sente mais próximo? Você se sente muito próximo desse partido, um pouco próximo, ou não muito próximo?” Seguindo o caminho das pesquisas americanas, o questionamento permitiria compreender um pouco melhor as inclinações dos eleitores em relação aos partidos. Esta vinculação não impede, por exemplo, que por determinada razão, durante um processo eleitoral, houvesse um voto em um candidato de outro partido.

Para esta corrente, o processo de identificação partidária desenvolve-se já na infância, a partir do que a criança consegue absorver pelo comportamento dentro da sua família. Por isso, os pais teriam papel fundamental na formação política, passando os primeiros exemplos e as primeiras impressões relacionadas a partidos e candidatos. Essa tendência seria fortalecida nas fases de adolescente e adulto, de acordo com o reforço ou contestação dos grupos ao qual os jovens estão ligados, diante das diversas interações a que são submetidos, como na escola ou diante de colegas de trabalho.

Os pais transmitem com sucesso seu partidarismo aos filhos porque a lealdade partidária reflete os valores da unidade familiar e são formados quando os pais são a influência dominante na vida de uma criança. As crianças costumam receber uma série consistente de dicas partidárias enquanto seus pais discutem as notícias do dia ou os eventos de uma eleição. Conseqüentemente, não leva muito tempo para uma criança descobrir as tendências partidárias de seus pais e assumi-las como suas: Isso é o que minha família ou “pessoas como eu” pensam sobre política partidária. (DALTON, 2016, p.5 - tradução do autor)

O próprio ato de votar continuamente em um mesmo partido fortalece os vínculos afetivos com o partido, gerando uma proximidade ao longo do tempo. Por isso, em democracias recentes, há maior dificuldade em estabelecer a identificação partidária. A partir desta linha de pensamento, Dalton (2016, p.6) estabelece que “os laços partidários são inicialmente fracos e devem se desenvolver lentamente nas eleições subsequentes se o sistema partidário se estabilizar e as famílias e grupos sociais estabelecerem lealdades partidárias firmes”.

Importante ressaltar que a opção partidária permite facilitar a escolha do eleitor, onde não haveria necessidade de ter um profundo conhecimento de todos os candidatos ou propostas para a definição do voto. Dalton (2016) argumenta que este processo deixa a política mais “amigável”, com rótulos que permitem estabelecer atalhos para entender as posições de determinados grupos. Dentro deste cenário, o eleitor poderia tomar “decisões razoáveis sem informações completas sobre a política da época”.

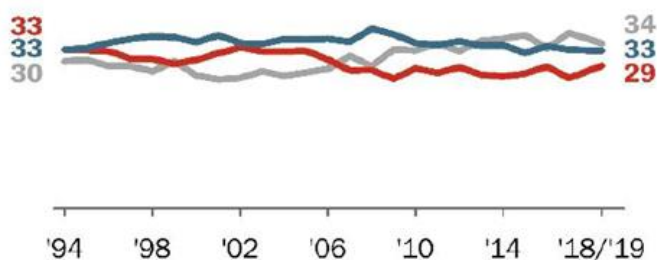
Nos EUA, onde o sistema democrático está consolidado por um longo período, existe um vasto histórico de pesquisas acompanhando a relação do eleitor com a identificação dos partidos. Recente estudo da PEW Research Center (2021), apontou que 34% dos eleitores se identificaram como independentes, 33% Democratas e 29% Republicanos. Os dados catalogados desde 1994, em pesquisas que são realizadas por telefone, mostram um equilíbrio de resultados, com pequenas variações em determinados períodos, mas sem muita discrepância. Nos últimos anos, houve um crescimento um pouco maior daqueles eleitores que se declaram independentes, conforme demonstram os dados ao longo do tempo.

**Figura 1 – Identificação partidária ao longo do tempo nos EUA**

**Share of registered voters who identify with the GOP has ticked up since 2017**

*% of registered voters who identify as ...*

— Rep — Dem — Ind



*% of registered voters who identify as/lean toward ...*

*Fonte: Pew Research Center*

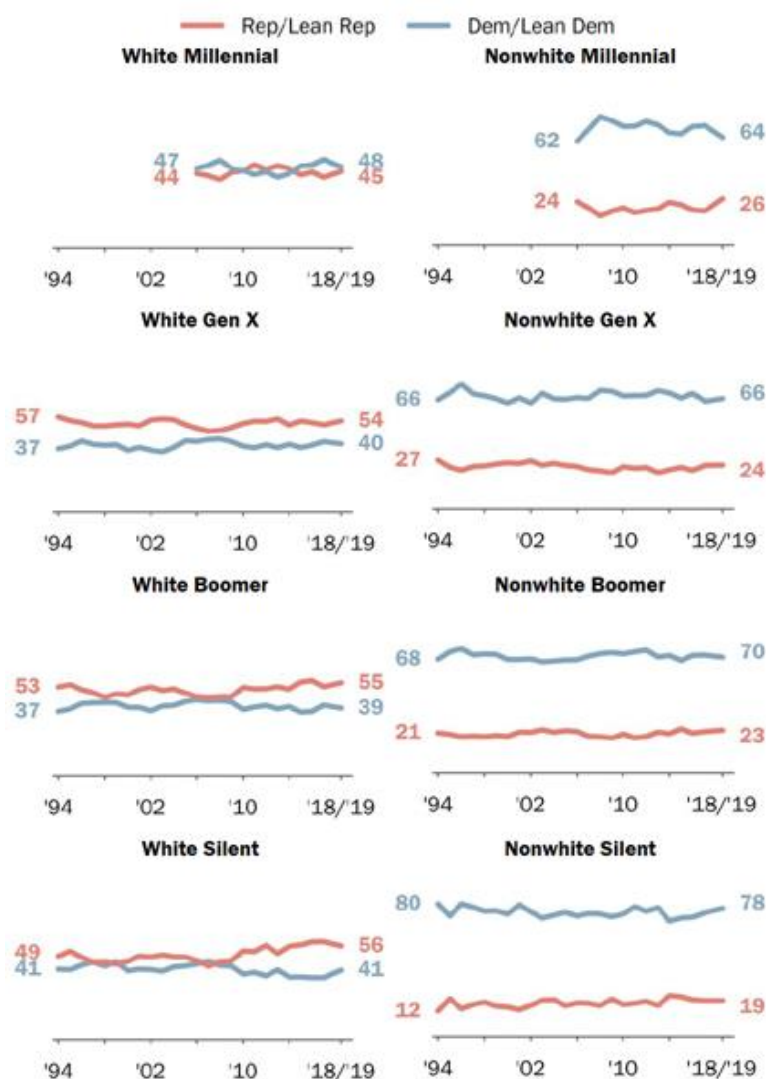
Apesar da aparente estabilidade no tempo, há grandes divergências de identificação partidária quando os dados são decupados e analisados a partir da estratificação por cor/raça, sexo e gerações. Essas diferenças de opinião podem ser compreendidas a partir da

subjetividade a qual estão expostos os diferentes grupos. As mulheres, da geração *milenium*<sup>2</sup>, por exemplo, possuem uma grande propensão a uma identificação com o partido Democratas, com uma diferença de 29 pontos percentuais a mais em relação aos Republicanos. Mas quando analisamos a questão de raça, a diferença se faz mais expressiva, permitindo encontrar sentimentos opostos em relação aos partidos políticos.

**Figura 2 – Identificação partidária por geração**

**White Millennials closely split in their partisanship, but still more Democratic than whites in older generations**

*% of registered voters who identify as/lean toward ...*



Notes: Based on registered voters. Due to smaller sample sizes in 2018 and 2019, the data from those years has been combined. Don't know responses not shown. Whites include only those who are not Hispanic; nonwhite includes black, Hispanic, Asian, other race and mixed race.

Source: Annual totals of Pew Research Center survey data (U.S. adults).

PEW RESEARCH CENTER

- <sup>2</sup>Pessoa nascida entre 1980 e 1990, da Geração Y

Nos dados apresentados ao longo do tempo pela Pew Research Center, em todas as gerações há uma grande diferença da identificação entre brancos e não brancos com os partidos Republicanos e Democratas, chegando a 59 pontos percentuais nos não brancos da geração *Silent*<sup>3</sup>, um resultado que também se mantém estável ao longo do tempo. A diferença de identificação demonstra abertamente um posicionamento partidário relacionado a raça, o que demonstra a força dos Democratas dentro deste recorte do público. O único presidente negro da história americana, Barack Obama, era militante do Democratas.

### 3.2 IDENTIFICAÇÃO: UM OLHAR DA PSICANÁLISE

Identificação é um termo existente em várias áreas de estudo, por isso, aqui abordaremos a questão pelo aspecto psicológico, a partir da psicanálise, que teve em Sigmund Freud seu principal teórico. Nossa abordagem tem como objetivo compreender esse fenômeno psicológico de identificação, relacionando com o comportamento dos grupos, processo que consideramos para análise da definição do voto. Freud (1931, p. 68) define esse processo como "...ação de assemelhar um ego a outro ego, em consequência do que o primeiro ego se comporta como o segundo em determinados aspectos, imita-o e, em certo sentido, assimila-o dentro de si." Em outras palavras, uma forma de incorporar consciente ou inconscientemente de aspectos do outro.

A base da teoria da identificação desenvolve-se a partir das obras de Freud, em “Psicologia das Massas e Análise do Eu”, que trabalha esse conceito a partir do nascimento da criança e sendo fortalecido ou modificado pelas demais fases da vida do homem.

Já Laplanche e Pontalis (1991), no Vocabulário de Psicanálise, explicam a identificação como um “processo psicológico pelo qual um sujeito assimila um aspecto, uma propriedade, um atributo do outro e se transforma, total ou parcialmente, segundo o modelo desse outro. A personalidade constitui-se e diferencia-se por uma série de identificações” (1991, p.226). No mesmo sentido, Roudinesco e Plon, no Dicionário de Psicanálise, definem o termo como “processo central pelo qual o sujeito se constitui e se transforma, assimilando ou se apropriando, em momentos-chave de sua evolução, dos aspectos, atributos ou traços dos seres humanos que o cercam” (1998, p. 363). Os teóricos apontam este como um importante caminho para compreender o comportamento do ser humano.

Outro processo, ainda, que depende da experiência e que tem enorme significação no desenvolvimento do ego é o que denomina identificação com os objetos do meio ambiente, geralmente pessoas. Por identificação compreendemos o ato ou processo de tornar-se semelhante a algo ou alguém, em um ou diversos aspectos do

---

<sup>3</sup> Público com mais de 75 anos de idade



pensamento ou comportamento. Freud assinalou que a tendência a tornar-se semelhante a um objeto do meio ambiente representa uma parte muito importante do relacionamento da pessoa com os objetos em geral, e por isso, parece ser de particular importância nos primórdios da vida. (BRENNER, 1969, p. 41)

Para compreender melhor aspectos da psique, vale destacar os estudos de Freud que detalham os processos mentais, denominando-os de id, ego e superego. Em síntese, o id “compreende as representações psíquicas dos impulsos”, o ego “consiste nas funções ligadas às relações do indivíduo com o meio ambiente” e o superego “abrange os preceitos morais de nossas mentes, bem como nossas aspirações ideais” (BRENNER, 1969, p. 35)

Na obra de Freud, o conceito de identificação assumiu progressivamente o valor central que faz dela, mais do que um mecanismo psicológico entre outros, a operação pela qual o sujeito humano se constitui. Essa evolução tem relação direta principalmente com a colocação em primeiro plano do complexo de Édipo em seus efeitos estruturais, e também com a remodelação introduzida pela segunda teoria do aparelho psíquico, em que as instâncias que se diferenciam a partir do id são especificadas pelas identificações de que derivam. (LAPLANCHE e PONTALIS, 1991, p.228)

O processo de identificação se daria já na infância, no primeiro momento, com uma ligação com o pai. Trata-se efetivamente de uma ligação emocional com outra pessoa, nas palavras dele: “Percebe-se apenas que a identificação se empenha em configurar o próprio Eu à semelhança daquele tomado por “modelo” (FREUD, 2010, p 48). E complementa:

Ela desempenha um determinado papel na pré-história do complexo de Édipo. O garoto revela um interesse especial por seu pai, gostaria de crescer e ser como ele, tomar o lugar dele em todas as situações. Digamos tranquilamente: ele toma o pai como seu ideal. Essa conduta nada tem a ver com uma atitude passiva ou feminina diante do pai (ou dos homens em geral); é tipicamente masculina. Mas harmoniza-se bem com o complexo de Édipo, e ajuda a preparar o terreno para este. (FREUD, 2010, p.47)

O primeiro contato da criança é com a família, ali a criança tem a proteção, carinho, cuidados e alimentos, ou seja, todas as necessidades básicas são atendidas para o seu desenvolvimento. Desta forma, os contatos com os primeiros objetos levam a identificação imediata da criança que está em formação.

Conquanto existem muitos motivos, de identificação, afirmamos que qualquer relação de objeto acarreta uma tendência para se identificar ao objeto, isto é, para se tornar igual a ele e que, quanto mais primitiva a fase de desenvolvimento do ego, mais pronunciada a tendência de identificação.(BRENNER, 1969, p. 101)

Desta forma, fica evidenciado que o processo de identificação é permanente e inicia-se no bebê onde a observação do objeto leva a repetição de gestos e o aprendizado, levando a aquisição da linguagem e do comportamento, por exemplo. A linguagem, tão importante para a sobrevivência, depende da “tendência psicológica para imitar um objeto do seu ambiente, ou em outras palavras, para identificar-se com ele.” (BRENNER, 1969, p. 41) A identificação passa a ter papel central nas definições do sujeito, sendo responsável por orientar seus passos.

O mesmo é verdadeiro no que concerne a maneirismos físicos, a interesses e passatempos esportivos ou intelectuais, a uma tendência para uma expressão irreprimível dos impulsos instintivos, como acessos temperamentais, ou a uma tendência oposta, no sentido de refrear tal expressão, e a muitos outros aspectos do funcionamento do ego. Alguns desses aspectos são óbvios e flagrantes, outros mais sutis e menos evidentes, mas, quando tomados em conjunto, resulta claro que representam uma parte bastante importante do efeito da experiência sobre a formação do ego. (BRENNER, 1969, p. 42)

Roudinesco e Plon explicam as três formas de identificação em que Freud trabalha como ponto de ligação com outra pessoa. O primeiro é do estágio da incorporação, o ser do ter. O segundo é a identificação regressiva, que se constitui da imitação de um sintoma da pessoa amada. A terceira diz respeito a “colocar-se em situação idêntica”.

Trata-se então do produto da “capacidade ou [da] vontade de colocar-se numa situação idêntica” à do outro ou dos outros. Esse caso de identificação produz-se, em especial, no contexto das comunidades afetivas. É essa forma de identificação que liga entre si os membros de uma coletividade. Ela é comandada pelo vínculo estabelecido entre cada indivíduo da coletividade e o condutor das massas. Esse vínculo é constituído pela instalação deste último na posição de ideal do eu por cada um dos participantes da comunidade. (ROUDINESCO e PLON, 1998, p. 364)

O ponto de partida desta ligação, em que é possível gerar a identificação, seria uma característica afetiva em comum, o que permitiria estabelecer este vínculo. Quanto mais forte for este envolvimento emocional, mais forte se dará a identificação.

O que aprendemos dessas três fontes pode ser resumido assim: primeiro, a identificação é a mais primordial forma de ligação afetiva a um objeto; segundo, por via regressiva ela se torna o substituto para uma ligação objetual libidinosa, como que através da introjeção do objeto no Eu; terceiro, ela pode surgir a qualquer nova percepção de algo em comum com uma pessoa que não é objeto dos instintos sexuais. Quanto mais significativo esse algo em comum, mais bem-sucedida deverá ser essa identificação parcial, correspondendo assim ao início de uma nova ligação. (FREUD, 2010, p.50)

Iniciando na infância, a identificação é entendida como um processo natural e que acontece nas várias fases da vida do indivíduo, podendo ser transitória ou permanente dependendo dos estímulos a que a pessoa está exposta.

Sem dúvida, a tendência a identificar-se com uma pessoa ou coisa altamente catexizada do ambiente não se limita, de forma alguma, a tenra infância. O adolescente, por exemplo, que se veste ou fala como um ídolo do cinema, ou como um campeão esportivo, identificou-se com ele até esse ponto. Tais identificações na adolescência podem ser transitórias, de importância apenas passageira, mas nem sempre é assim. Os educadores compreendem muito bem, por exemplo, que é muito importante que um professor de adolescente não só ensine bem, mas também seja um bom exemplo para seus alunos, o que é uma outra maneira de dizer que estes tendem a assemelhar-se a ele, a identificar-se com ele. (BRENNER, 1969, p. 42)

A identificação tem início na infância, quando a criança busca se parecer com o pai ou com um super-herói. No mesmo sentido, as meninas buscam experimentar as roupas e as maquiagens da mãe, de forma a ficarem mais parecidas com seus objetos. Na fase adulta, em parte inconsciente, os comportamentos buscam se assemelhar ao outro, seja ele um chefe, um

amigo ou algum ídolo. Podendo, então, incorporar hábitos e características do seu objeto sem ter consciência efetivamente sobre o que está colocando em prática.

Na verdade, essa tendência persiste ao longo de toda a vida, mas, com o correr dos anos, pelo menos, propende a tornar-se em grande medida inconsciente em suas manifestações. Em outras palavras, o adulto muito amiúde ignora que em alguns aspectos do seu pensamento ou comportamento, ou em ambos, está se assemelhando a outra pessoa, isto é, imitando-a, ou até que já se tornou semelhante a ela. Na infância, o desejo de ser como outra pessoa é mais provavelmente acessível à consciência, embora nem sempre, na verdade, assim o seja. Desse modo, por exemplo, um pequeno menino não faz nenhum segredo de querer ser como o pai, ou mais tarde como o Super-homem ou Roy Rogers, enquanto anos depois poderá deixar crescer um bigode exatamente igual ao de seu novo patrão, sem se aperceber conscientemente do desejo de identificar-se com o patrão que está subjacente ao fato de deixar crescer um bigode igual. (BRENNER, 1969, p. 43).

Lima (2012, p. 22) resume muito bem o processo de identificação, quando aborda a questão dos condicionamentos sociais e psicológicos. “Estou condicionada socialmente para fazer minhas escolhas ou não. Estou determinada, inconscientemente, para fazer minhas escolhas, por minhas identificações, mesmo que tenha alguma consciência delas.” Ela conclui com a afirmação: “E não acredito que ninguém possa fazer escolhas de forma diferente”.

Para Freud, existe uma diferença entre a identificação com objetivos sexuais e aqueles relacionados às ligações naturais de amizade ou de envolvimento com outros seres humanos.

É interessante ver que justamente os impulsos sexuais inibidos na meta conseguem criar laços tão duradouros entre as pessoas. Mas isso se entende com facilidade a partir do fato de não serem capazes de plena satisfação, enquanto os impulsos sexuais não inibidos experimentam uma extraordinária redução, mediante a descarga, toda vez que atingem sua meta. O amor sensual está fadado a se extinguir com a satisfação; para poder durar, é preciso que esteja mesclado desde o início com componentes puramente afetuosos, ou seja, inibidos em sua meta, ou que experimente tal transformação. (FREUD, 2010, p.58).

De forma didática, Freud apresenta a situação de um grupo de mulheres que se aglomeram para ver um cantor famoso, permitindo reunir um certo grupo de pessoas no entorno do objeto. Por conta da aglomeração, na qual seria impossível atingir a “meta de seu enamoramento”, deixam de lado esta meta e passam a agir como uma “massa unitária”, prestando homenagem ao artista, alvo do desejo. Freud (2010, p.64) conclui a explicação: “Originalmente rivais, puderam identificar-se uma com a outra mediante o amor igual pelo mesmo objeto”. Neste caso, onde o ciúme poderia levar a brigas, todas ficam juntas torcendo pelo cantor.

Estudando a identificação dos brasileiros com os times de futebol, Wachelke et. al (2008) encontraram resultados que demonstram que os torcedores, que se indentificam mais com seus respectivos times, possuem mais envolvimento com eles, ou seja, acompanham mais a transmissão dos jogos pela televisão e, conseqüentemente, buscam mais informações a

respeito dos times aos quais são vinculados pelos meios de comunicação social, gerando uma atração ainda maior.

Os participantes que se identificam mais com seus times, ou são mais “fanáticos”, tenderam a acompanhar uma maior quantidade de jogos ao vivo ou em meios de comunicação. Além disso, quanto mais identificados os participantes com os times, maiores os seus escores em termos de motivações diversas para envolver-se com o futebol. (WACHELKE et. al, 2008, p.106)

A identificação, conforme a teoria acima abordada, está presente no cotidiano de qualquer pessoa, seja ela de forma consciente ou inconsciente. Outro ponto que será abordado nas próximas páginas diz respeito aos grupos, essencial para compreender as identificações e a relação entre o sujeito e os grupos aos quais está relacionado. De acordo com Zimerman e Osório (1997, p.30), dentro do grupo, a identificação ganha um novo relevo “na medida em que elas se constituem como o essencial elemento formador do sentimento de identidade.”

### 3.3 VIDA EM SOCIEDADE: UM OLHAR SOCIAL E PSICOLÓGICO

O campo da Filosofia e da Psicologia convergem quando falamos do viver em sociedade. Aristóteles dizia que o “homem é um ser político” e que há necessidade dos seus pares para o “bem-viver”. Freud, no mesmo sentido, destacou o quão imperativo é para o indivíduo a coletividade, a convivência com os pares, para isso traz os conceitos de Trotter com o instinto “gregário”, que nada mais é do que o que acontece a outros animais da mesma espécie, que é o de viver em “unidades mais abrangentes”.

O indivíduo sente-se incompleto (incomplete) quando está só. O medo da criança pequena já seria expressão desse instinto gregário. Contradizer o rebanho equivale a separar-se dele, e por isso é evitado angustiosamente. Mas o rebanho rejeita tudo o que é novo, inusitado. O instinto de rebanho seria algo primário, que não pode ser decomposto (which cannot be split up). (FREUD, 2010, p.61)

Freud traz novamente o conceito de identificação quando explica a Einstein, em uma carta de 1932, os motivos pelos quais há guerra. Segundo ele, a violência é deixada de lado para permitir a vida dentro da sociedade e para que isso aconteça é criado a Justiça, como forma de garantir que seus membros cumpram com as normas impostas, neste caso, pela coletividade. “Vimos que duas coisas mantêm uma comunidade: a coação da violência e as ligações afetivas — identificações é o termo técnico — entre seus membros. Se falta um desses fatores, possivelmente o outro pode manter de pé a comunidade” (FREUD, 2010, p. 243).

Na carta, Freud explica que a melhor forma de combater a guerra e o instinto de destruição é buscar o sentido contrário, a partir de Eros. Neste caminho, destaca a identificação como esse tipo de ligação emocional.

Primeiro, relações como as que se tem com um objeto amoroso, embora sem objetivos sexuais. A psicanálise não precisa se envergonhar quando fala de amor, pois a religião também diz: “Ama o próximo como a ti mesmo”. Sem dúvida, é uma coisa mais fácil de se pedir do que de realizar. O outro tipo de ligação emocional é o que se dá pela identificação. Tudo que estabelece importantes coisas em comum entre as pessoas produz esses sentimentos comuns, essas identificações. Nelas se baseia, em boa parte, o edifício da sociedade humana. (FREUD, 2010, p. 247)

A cultura seria a primeira tentativa de regular as relações dos homens, colocando limites à vida social, uma característica que seria intrínseca à civilização, definindo limites a serviço do coletivo. Desta forma, todos se esforçam em deixar os instintos violentos em prol de viver em comunidade.

O que depois aparece na sociedade como espírito comunitário, esprit de corps, não desmente sua procedência da inveja original. Ninguém deve querer sobressair, cada qual deve ser e ter o mesmo. Justiça social quer dizer que o indivíduo nega a si mesmo muitas coisas, para que também os outros tenham de renunciar a elas ou, o que é o mesmo, não possam pretendê-las. Tal exigência de igualdade é a raiz da consciência social e do sentimento do dever. (FREUD, 2010, p.64)

Na sociedade, cada pessoa faz parte de diferentes grupos e, por razões diversas, se identifica de alguma maneira com os grupos aos quais se relaciona. É assim na família, na escola, no trabalho, com os amigos.

Todas essas funções do ego - controle motor, percepção, memória, sentimento, pensamento - começam, como podemos ver, de modo preliminar e primitivo a se desenvolverem apenas paulatinamente, à medida que o bebê cresce. Esse crescimento gradativo é característico das funções do ego em geral e os fatores responsáveis por seu desenvolvimento progressivo podem ser divididos em dois grupos. O primeiro consiste no crescimento físico, que, nesse caso, significa, acima de tudo o crescimento geneticamente determinado do sistema nervoso central. O segundo consiste na experiência, ou se preferirmos, em fatores experienciais. (BRENNER, 1969, p. 39)

Zimmerman e Osório (1997) reforçam, diante dos argumentos apresentados, a necessidade do ser humano em viver com os pares, ou melhor, viver em grupos. Com isso, destaca a necessidade de um olhar especial para as questões grupais, pois é neste ambiente que acontecem os aprendizados e as interações sociais.

O ser humano é gregário por natureza e ele somente existe em função dos seus inter-relacionamentos grupais. Sempre, desde o nascimento, o indivíduo participa de diferentes grupos, numa constante dialética entre a busca de sua identidade individual e a necessidade de uma identidade grupal e social. Um conjunto de pessoas constitui um grupo, um conjunto de grupos constitui uma comunidade, um conjunto interativo de comunidades configura uma sociedade. (ZIMMERMAN e OSÓRIO, 1997, p.26 )

Bion aborda a vida em grupo como essencial para “a vida mental de um homem”, sem a qual é indissociável. “Considero que a vida mental de grupo é essencial para a vida integral do indivíduo inteiramente à parte de qualquer necessidade temporária ou específica, e que a satisfação dessa necessidade tem de ser buscada através da filiação a um grupo”, um processo que Bion (2003, p.46) considera natural.

Aristóteles disse que o homem é um animal político e, na medida em que compreendo a sua Política, depreendo que o que ele quis dizer com isso é que para um homem levar uma vida plena o grupo é essencial. Não pretendo defender o que sempre me pareceu ser uma obra extremamente árida, mas penso que esta afirmação é uma daquelas que os psiquiatras não podem esquecer sem risco de chegar a uma visão desequilibrada de seu tema. (BION, 2003, p.45)

A comparação dos grupos com a música, realizada por Zimerman e Osório (1997), permite o entendimento do conceito, em que o grupo representa uma perfeita combinação dos seus pares para chegar ao melhor conjunto.

Vale repisar que a tendência à grupalização é imanente ao ser humano, ou seja, ela é inata, essencial, indissociável e permanente, em qualquer cultura e geografia. Em qualquer grupo constituído, se forma um campo grupal dinâmico, o qual se comporta como uma estrutura que vai além da soma de seus componentes, de forma análoga à uma melodia que resulta não da soma das notas musicais, mas, sim, da combinação e do arranjo entre elas. (ZIMERMAN e OSÓRIO, 1997, p. 27)

Bion (2003, p.56) delinea alguns dos motivos que levam a associação dos indivíduos aos grupos, o que seria “como animal gregário, escolhe um grupo, ele assim o faz para combater algo ou disso fugir”.

Achamo-nos agora em melhor posição para definir o ‘bom espírito de grupo’, que foi o nosso objetivo. Ele é tão difícil de definir quanto o conceito de boa saúde num indivíduo, mas algumas de suas qualidades parecem achar-se associadas com: Um propósito comum, seja ele vencer um inimigo ou defender e nutrir um ideal ou uma construção criativa no campo das relações sociais ou das comunidades físicas. b) Um reconhecimento comum, por parte dos membros do grupo, dos ‘limites’ deste e sua posição e função em relação às de unidades ou grupos maiores. c) A capacidade de absorver novos membros e perder outros sem medo de perder a individualidade grupal, isto é, o ‘caráter do grupo’ deve ser flexível. (BION, 2003, p.17)

Como vimos, o homem busca o seu semelhante para a vida em sociedade. Nela, define regras buscando o bem-viver, em torno dos benefícios da coletividade. Nos grupos, que vamos discutir na sequência, encontra o conforto que precisa.

### 3.4 COMPORTAMENTOS EM GRUPOS

Todos fazem parte de algum grupo, alguns deles podem ser pequenos, mas que exercem uma grande influência sobre o comportamento, como aqueles formados por familiares, como pais e irmãos. Neste ponto, a análise de Freud (2010) é de que o olhar não deve ser apenas para o indivíduo, mas deve ser levado de uma forma geral para o conjunto devido a influência simultânea exercida sobre a pessoa diretamente.

Quando se fala de psicologia social ou de massas, existe o hábito de abstrair dessas relações, e isolar como objeto de investigação a influência que um grande número de pessoas exerce simultaneamente sobre o indivíduo, pessoas às quais ele se acha ligado de algum modo, mas em muitos aspectos elas lhe podem ser estranhas. Portanto, a psicologia de massas trata o ser individual como membro de uma tribo, um povo, uma casta, uma classe, uma instituição, ou como parte de uma aglomeração que se organiza como massa em determinado momento, para um certo fim. Após essa ruptura de um laço natural, o passo seguinte é considerar os

fenômenos que surgem nessas condições especiais como manifestações de um instinto especial irredutível a outra coisa, o instinto social — herd instinct, group mind [instinto de rebanho, mente do grupo] —, que não chega a se manifestar em outras situações. (FREUD, 2010, p. 11)

De acordo com Freud, a formação de atitudes coletivas podem ocorrer tanto do líder para os demais membros da sociedade como também entre os próprios membros dos grupos, transformando este ambiente em um verdadeiro processo de retroalimentação, no qual as influências são incorporadas tanto horizontalmente quanto verticalmente.

Somos lembrados de como esses fenômenos de dependência fazem parte da constituição normal da sociedade humana, de quão pouca originalidade e coragem pessoal nela se encontram, do quanto cada indivíduo é governado pelas atitudes de uma alma da massa, que se manifestam como particularidades raciais, preconceitos de classe, opinião pública etc. A influência da sugestão torna-se um enigma ainda maior quando concedemos que é exercida não só pelo líder, mas também por cada indivíduo, um sobre o outro, e nos recriminamos por haver destacado de maneira unilateral a relação com o líder, menosprezando indevidamente o fator da sugestão mútua. (FREUD, 2010, p.60 )

Dentro deste processo, também são destacados ainda a forma como isso se dá também nos grupos, onde, da mesma forma, ocorrem as vinculações afetivas e emocionais. Esta relação possui uma diferenciação de acordo com cada indivíduo. Zimerman (2007, p.2) aponta que as “forças ocultas do inconsciente, cada pessoa, ao longo de sua vida, escolhe outras pessoas com as quais vai ter uma vida íntima significativa, de modo que as pessoas escolhidas, apresentam o mesmo perfil de algum personagem internalizado”.

Em cada grupo que o sujeito se relaciona, como família, escola, amigos de trabalho, há uma vinculação com maior ou menor intensidade e que esses laços podem ser mais significativos quando partilham de afetos comuns.

Quanto mais significativo esse algo em comum, mais bem-sucedida deverá ser essa identificação parcial, correspondendo assim ao início de uma nova ligação. Já suspeitamos que a ligação recíproca dos indivíduos da massa é da natureza dessa identificação através de algo afetivo importante em comum, e podemos conjecturar que esse algo em comum esteja no tipo de ligação com o líder. (FREUD, 2010, p. 50)

Na situação de massa, a condição do indivíduo passa a ser explicada do ponto de vista do conjunto, deixando de lado, momentaneamente, a sua condição unitária. Vale destacar, neste sentido, a influência que o inconsciente exerce também sobre o comportamento e nas funções intelectuais.

O que há de mais impressionante numa multidão é o seguinte: quaisquer que sejam os indivíduos que a compõem, sejam quais forem as semelhanças ou diferenças no seu gênero de vida, nas suas ocupações, no seu caráter ou na sua inteligência, o simples fato de constituírem uma multidão concede-lhes uma alma coletiva. Esta alma fá-los sentir, pensar e agir de uma maneira diferente do modo como sentiriam, pensariam e agiriam cada um isoladamente. Certas ideias, certos sentimentos só surgem e se transformam em atos nos indivíduos em multidão. A multidão psicológica é um ser provisório, composto de elementos heterogêneos que, por

momentos, se uniram, tal como as células que se unem num corpo novo formam um ser que manifesta caracteres bem diferentes daqueles que cada uma das células possui (LE BON, 1980, p.12)

Freud (2010) e Le Bon (1980) concordam com três características principais que seriam advindas aos indivíduos presentes na massa. A primeira seria o poder de “invencibilidade”, permitindo entregar-se aos instintos e desaparecimento do senso de responsabilidade por se considerar anônimo. A segunda seria o “contágio mental”, que nada mais é do que o fenômeno de transmitir uns aos outros sentimentos e todos os atos, chegando ao ponto de sacrificar os interesses pessoais pelo interesse do grupo. A terceira causa, à qual considera a mais importante, é a “sugestionabilidade”, a perda da personalidade consciente e passagem para obedecer às sugestões daquele que privou a sua personalidade.

Em relação a sugestionabilidade, Le Bon (1980), apresenta um exemplo retirado de um livro de um tenente da marinha chamado de Julien Félix, quando eles faziam buscas por uma fragata que havia naufragado devido a uma forte tempestade. Neste caso, num dia de céu claro, o vigia chamou a atenção da tripulação para um ponto no mar onde se via uma jangada carregada de homens gritando por socorro. Ao aproximar-se para fazer o resgate, todos a bordo escutavam ruídos e vozes, mas quando chegaram ao que seria a embarcação encontraram apenas ramos de árvores cobertos por folhas.

Chegando junto da pretensa jangada, encontraram apenas alguns ramos de árvores cobertos de folhas que a tempestade arrancara à costa próxima. Perante um fato tão evidente, a alucinação desfez-se. Este exemplo torna bem claro o mecanismo da alucinação coletiva tal como nós o explicamos. De um lado, temos a multidão em estado de atenção expectante; do outro, a sugestão provocada pelo vigia, ao assinalar um barco abandonado no mar, sugestão que foi aceite, por contágio, por todos os presentes, oficiais e marinheiros. (LE BON, 1980, p.20)

Freud acrescenta que a massa é “impulsiva, instável e irritável”, tendo como linha condutora dos seus atos o inconsciente. Independente dos movimentos aos quais as massas se dirigem, sendo cruéis ou heróicos, os interesses pessoais serão deixados de lado. Outro ponto é o poder “mágico das palavras” ditas que podem provocar as mais diversas formas de reações simultâneas na massa.

E por fim: as massas nunca tiveram a sede da verdade. Requerem ilusões, às quais não podem renunciar. Nelas o irreal tem primazia sobre o real, o que não é verdadeiro as influencia quase tão fortemente quanto o verdadeiro. Elas têm a visível tendência de não fazer distinção entre os dois. (LE BON, *Apud* FREUD, 2010, p.20)

Os destinos e a mentalidade dos grupos são formadas pelas interfaces aos quais são estabelecidas, sejam elas consciente ou inconsciente. Para Bion, esta “mentalidade de grupo é a expressão unânime da vontade do grupo, à qual o indivíduo contribui por maneiras de que não se dá conta”. Duas características que chamam a atenção, destacada por Bion (2003,



p.30), são a futilidade das conversas entre os membros dos grupos e a falta de análise crítica do que é dito. “Julgado pelos padrões comuns de intercâmbio social, o desempenho do grupo é quase despido de conteúdo intelectual”, aponta ele. Analisa ainda, que: “Além disso, se observarmos como suposições passam, incontestadas, como declarações de fatos, e são aceitas como tal, parece claro que o juízo crítico acha-se quase inteiramente ausente.”

A comparação das massas com um rebanho acaba sendo o paralelo mais fácil e simples para ilustrar seu comportamento. “A massa é um rebanho dócil, que não pode jamais viver sem um senhor. Ela tem tamanha sede de obediência, que instintivamente se submete a qualquer um que se apresente como seu senhor”, aponta Freud (2010, p. 21). E conclui:

Assim, as necessidades da massa a tornam receptiva ao líder, mas esta precisa corresponder a ela com suas características pessoais. Ele próprio tem de estar fascinado por uma forte crença (numa ideia), para despertar crença na massa; ele tem de possuir uma vontade forte, imponente, que a massa sem vontade vai aceitar. (FREUD, 2010, p. 21)

Outro ponto ao qual Freud nos chama atenção é em relação à capacidade intelectual, que, em princípio, seria um trabalho individual. Mas, neste caso, ele argumenta, na verdade, ao fato de quanto o pensador, que seria um trabalho solitário, é influenciado diretamente a partir do coletivo ao qual está ambientado, “o quanto o pensador ou poeta individual deve aos estímulos da massa em que vive, se ele é mais que o consumidor de um trabalho anímico no qual os outros colaboraram simultaneamente” (Freud, 2010, p. 24). Neste caso, um poeta seria apenas um escriturário da percepção do seu tempo.

Bion (2003, p.30) avalia, quando observadas nos grupos, as emoções exercem uma influência poderosa sobre o indivíduo, ou seja, “suas emoções são estimuladas, em detrimento de seu julgamento”. Vale destacar ainda que a massa no sentido psicológico necessita que os indivíduos tenham interesse por algum objeto comum, uma orientação emocional similar e um certo grau de influenciar uns aos outros.

Quanto mais fortes essas coisas em comum (this mental homogeneity), mais facilmente se forma, a partir dos indivíduos, uma massa psicológica, e mais evidentes são as manifestações de uma “alma coletiva”. O mais notável e também mais importante fenômeno da formação da massa é o aumento de afetividade provocado no indivíduo (FREUD, 2010, p. 25).

Um dos aspectos apontados pelos teóricos é o “contágio emocional”, que seria a capacidade de influência do outro em relação aos sentimentos, o que explicaria o fato de não se ter controle de uma multidão seja ele em um protesto político ou de torcedores de um clube de futebol, por exemplo.

As idéias, os sentimentos, as emoções ou as crenças possuem, entre as multidões, um poder contagioso tão forte como o dos micróbios. É um fenômeno que se observa até nos animais logo que eles se reúnem em multidão. A mania de um

cavalo numa estrebaria é imediatamente imitada por todos os outros cavalos da mesma estrebaria. Um gesto de terror, um movimento de desorientação de algumas ovelhas é logo propagado a todo o rebanho. O contágio das emoções explica a rapidez dos pânicos. (LE BON, 1980, p.65)

Este princípio, também demonstrado no capítulo anterior, é passível de ser replicado nas redes sociais (KRAMERA, GUILLORYB E HANCOCKB, 2014), como demonstra o estudo, a partir da influência da Inteligência Artificial. Desta forma, é possível influenciar os estados emocionais pelas redes sociais. “É fato que os sinais percebidos de um estado afetivo são apropriados para despertar automaticamente o mesmo afeto naquele que percebe. Esta coação automática torna-se tanto mais forte quanto maior for o número de pessoas”, pontua Freud (2010, p.26).

Ele acredita na hipótese de criar-se uma harmonia entre um grande número de pessoas, tornando-se apenas um estado emocional.

Pode-se dizer, segundo McDougall, que dificilmente os afetos dos homens se elevam, em outras condições, à altura que atingem numa massa, e é mesmo uma sensação prazerosa, para seus membros, entregar-se tão abertamente às suas paixões e fundir-se na massa, perdendo o sentimento da delimitação individual. O fato de os indivíduos serem “arrastados” dessa forma é explicado, por McDougall, a partir do que chama de “principle of direct induction of emotion by way of the primitive sympathetic response” [princípio de indução direta da emoção por meio da resposta simpática primitiva] (FREUD, 2010, p.25)

Vale destacar a avaliação de Bion (2003, p.46) sobre a forma como a informação circula dentro dos grupos, principalmente, com o objetivo de incluir versões as quais os membros do grupo discordam. “Noutras palavras, fora difícil a um membro individual transmitir ao grupo significados diferentes daqueles que o grupo desejava manter”. Diante deste cenário, ele conclui que “a probabilidade é que o grupo interpretará para ajustá-las aos seus desejos”, ou seja, reinterpretará os fatos da maneira que lhe seja mais favorável ou conveniente. Freud (2010) pontua que cada pessoa corrige algum traço do mundo de acordo com o seu desejo, com o objetivo de obter felicidade e de proteger-se do sofrimento e que, neste caso, quem participa do delírio da massa “jamais o percebe”. O Grupo também é responsável por enquadrar todos os seus membros para que mantenham comportamentos semelhantes aos seus. Para isso, manipula informações e a verdade em busca dos seus objetivos.

Mas me contenho ao compreender que o grupo simplesmente retornou ao seu estado de espírito anterior de insistir que boato é fato; dessa maneira, em vez disso, aponto que agora o grupo parece estar-me adulando para corrigir meus modos e coincidir com seu desejo de que meu comportamento se conforme mais ao que é esperado ou lhes é familiar em outros campos. (BION, 2003, p.27)

Freud busca explicar o comportamento e faz isso por meio do conceito psicanalítico de libido, apresentando a teoria da afetividade. Utilizando dentro desta categoria todo o sentido

da palavra amor, na qual tem em seu escopo seus múltiplos usos, incluindo a união sexual ou desviada dessa meta.

Para começar, apoiaremos nossa expectativa em duas reflexões sumárias. Primeiro, que evidentemente a massa se mantém unida graças a algum poder. Mas a que poder deveríamos atribuir este feito senão a Eros, que mantém unido tudo o que há no mundo? Segundo, que temos a impressão, se o indivíduo abandona sua peculiaridade na massa e permite que os outros o sugestionem, que ele o faz porque existe nele uma necessidade de estar de acordo e não em oposição a eles, talvez, então, “por amor a eles”. (FREUD, 2010, p.34)

Zimmerman e Osório (1997, p. 39) citam a importância que se adquirem os vínculos entre as pessoas, indo um pouco além das questões iniciais apontadas por Freud de amor e ódio. Acrescentam ainda a este modelo a proposta de Bion para o vínculo do conhecimento e propõem um quarto vínculo, o do reconhecimento, que versa sobre a necessidade “de forma vital, ser reconhecido pelos demais membros do grupo como alguém que realmente pertença ao grupo (é o fenômeno grupal conhecido como pertencência)” (1997, p. 39).

De acordo com Freud, por um momento, o indivíduo que está na massa ganha contornos de autoridade e sente-se seguro em seguir os exemplos que enxerga ao lado, desativando, inclusive, sua consciência moral e suas inibições. Por isso, na massa, é possível verificar comportamentos que jamais seriam feitos sob outras condições. Para desnudar este modelo, Freud nos traz a palavra de McDougall com a definição da capacidade psíquica daqueles que estão nesta condição:

totalmente excitável, impulsiva, apaixonada, instável, inconsequente, indecisa e no entanto inclinada a ações extremas, suscetível apenas às paixões mais grosseiras e sentimentos mais singelos, extraordinariamente sugestionável, ligeira nas considerações, veemente nos juízos, receptiva somente para as conclusões e os argumentos mais simples e imperfeitos, fácil de dirigir e intimidar, sem consciência de si, sem autoestima e senso de responsabilidade, mas disposta a deixar-se arrastar pela consciência de sua força e cometer malefícios que poderíamos esperar somente de um poder absoluto e irresponsável. Ela se comporta então como uma criança mal-educada, ou como um selvagem passional e desassistido numa situação que lhe é estranha; nos piores casos, ela semelha mais um bando de bichos selvagens do que seres humanos. (FREUD, 2010, p. 27)

Devido ao agravamento da regressão do quadro psíquico, quando pensados na massa, em que Freud chega a comparar os homens aos selvagens dentro do ambiente do grupo. Em um movimento recíproco e contínuo, onde os próprios indivíduos da massa exercem a capacidade de influenciar mutuamente, haverá uma retroalimentação das informações, sentimentos e impressões.

Temos assim a impressão de um estado em que o impulso afetivo e o ato intelectual pessoal do indivíduo são muito fracos para impor-se por si, tendo que esperar fortalecimento através da repetição uniforme por parte dos outros. Somos lembrados de como esses fenômenos de dependência fazem parte da constituição normal da sociedade humana, de quão pouca originalidade e coragem pessoal nela se encontram, do quanto cada indivíduo é governado pelas atitudes de uma alma da

massa, que se manifestam como particularidades raciais, preconceitos de classe, opinião pública etc. A influência da sugestão torna-se um enigma ainda maior quando concedemos que é exercida não só pelo líder, mas também por cada indivíduo, um sobre o outro, e nos recriminamos por haver destacado de maneira unilateral a relação com o líder, menosprezando indevidamente o fator da sugestão mútua. (FREUD, 2010, p.60)

### 3.5 O LÍDER PARA GUIAR AS MASSAS

Freud destaca a importância do líder dentro das massas artificiais aos quais se debruçou nos estudos: o Exército e a Igreja. Para ele (2010, p. 65), “a exigência de igualdade da massa vale apenas para seus indivíduos, não para o líder”. Isso significa que os indivíduos querem estar sob o mesmo aspecto de igualdade do que os demais, mas aceitando ser governado por apenas um, esse seria o elemento principal do conceito de massas. “Muitos iguais, que podem identificar-se uns com os outros, e um único, superior a todos eles — esta é a situação que se acha realizada numa massa capaz de subsistir”, explica Freud (2010, p. 65).

Ainda hoje os indivíduos da massa carecem da ilusão de serem amados igualmente e justamente pelo líder, mas este não precisa amar ninguém mais, é-lhe facultado ser de natureza senhorial, absolutamente narcisista, mas seguro de si e independente. Sabemos que o amor refreia o narcisismo, e poderíamos demonstrar que em virtude disso tornou-se fator de cultura. (FREUD, 2010, p. 67)

Le Bon compara a situação das multidões à religião, na qual há uma entrega muito grande à serviço de uma causa. “Não se é religioso só quando se adora uma divindade, mas também quando se empregam todos os recursos do espírito” (1980, p.36), explica. Neste caso, os heróis, no caso, os políticos ‘salvadores da pátria’, seriam também por analogia deuses.

As convicções das multidões revestem estas características de submissão cega, de intolerância feroz, de necessidade de propaganda violenta que são inerentes ao seu sentimento religioso; pode por isso afirmar-se que todas as crenças têm uma forma religiosa. O herói que a multidão aclama é para ela um verdadeiro deus. Napoleão foi um deus durante quinze anos, e nunca divindade alguma teve mais perfeitos adoradores e nenhuma enviou com mais facilidade os homens para a morte. Os deuses do paganismo e do cristianismo não conseguiram exercer um império tão absoluto sobre as almas (LE BON, 1980, p.37)

Neste sentido, vale destacar que no trabalho de Freud ao analisar o Exército e a Igreja, ele demonstra uma grande ligação emocional do líder com as massas, exercendo uma força de atração para a manutenção do status de massa. Nos dois casos, o líder é visto sob o aspecto do amor, em substituição ao pai, garantindo a unidade pretendida. “Se ocorre, para cada indivíduo, uma tão pródiga ligação afetiva em duas direções, não será difícil derivar dessa situação aquilo que se constatou, ou seja, a mudança e limitação de sua personalidade.” (FREUD, 2010, p.37)

Para Freud, dentro das características da massa está a necessidade de possuir um líder, que pode ser interpretado como uma representação do pai.

O líder da massa continua a ser o temido pai primordial, a massa quer ainda ser dominada com força irrestrita, tem ânsia extrema de autoridade, ou, nas palavras de Le Bon, sede de submissão. O pai primevo é o ideal da massa, que domina o Eu no lugar do ideal do Eu. (FREUD, 2010, p. 71)

Bion aborda em seus estudos que a existência de um líder é devido a um fator de “sobrevivência emocional”, visto que a presença de uma pessoa com esta função não seria necessária dentro de um grupo.

Digo ao grupo que me parece que estamos determinados a ter um líder e que o líder que desejamos parece possuir certas características contra as quais comparamos as características dos diferentes indivíduos que a julgar por, nossas rejeições, parecemos saber perfeitamente o que queremos. Ao mesmo tempo, seria muito difícil dizer, por nossa experiência até agora, o que são essas características desejáveis. Tampouco é óbvio porque exigiríamos um líder. (BION, 2003, p.30)

A identificação com o líder do grupo é um dos pontos-chaves, pois este vínculo permite que haja um controle soberano sobre o comportamento das outras pessoas, como já descrito neste capítulo.

Há uma importante relação entre o superego e a psicologia do grupo que Freud (1921) assinalou em monografia sobre o assunto. Certos grupos, pelo menos, se mantêm unidos em virtude do fato de que cada um dos membros do grupo introjetou ou se identificou com a mesma pessoa, que é o líder do grupo. Em consequência desta identificação, a imagem do líder torna-se parte do superego de cada membro do grupo. Em outras palavras, os vários membros do grupo tem em comum elementos do superego. A vontade do líder, suas ordens e seus preceitos tornam-se, assim, leis morais para seus seguidores. Conquanto a monografia de Freud tenha sido escrita muito antes do início da ascensão de Hitler, sua análise deste aspecto da psicologia de grupo explica muito bem as extraordinárias alterações que se efetuaram pela influência de Hitler, nos padrões morais dos milhões de alemães que foram seus seguidores. (BRENNER, 1969, p. 124)

Para Zimeran e Osório, serão desenvolvidas variadas posições e interações no grupo, permitindo a distribuição dos diferentes papéis desempenhados por cada um dos membros, além da interação afetiva.

É inerente à conceituação de grupo, a existência entre os seus membros de alguma forma de interação afetiva, qual costuma assumir as mais variadas e múltiplas formas. Nos grupos sempre vai existir uma hierárquica distribuição de posições, e de papéis, de distintas modalidades e intercambiáveis entre si. É inevitável a formação de um campo grupal dinâmico, onde gravitam fantasias, ansiedades, mecanismos defensivos, fenômenos resistenciais e transferenciais, etc, além de alguns outros fenômenos que são próprios e específicos dos grupos... (ZIMERMAN e OSÓRIO, 1997, p. 28)

O mesmo processo psicológico é relatado quando observados os grupos religiosos, onde o líder espiritual desempenha o mesmo papel que o líder de outro grupo, gerando uma identificação e a devoção ao objeto.

Mecanismo semelhante é o que, presumivelmente, está em jogo no caso de seitas ou grupos religiosos. Nestes casos também, os vários membros do grupo, tem uma moralidade comum, isto é, elementos comuns do superego, que derivam da identificação com o mesmo deus ou líder espiritual. Neste caso, o deus desempenha o mesmo papel, psicologicamente falando, que o líder ou herói do grupo não

religioso. Isso não constitui surpresa, naturalmente, em vista da estreita relação entre deuses e heróis que sabemos haver existido bastante conscientemente nas mentes das pessoas, mesmo entre povos altamente civilizados como os romanos ao tempo do Império, que deificavam seus imperadores como coisa natural. (BRENNER, 1969, p. 124)

Para essa discussão é importante trazer os conceitos apresentados por Freud em “Totem e Tabu” (2010, p. 40). Neste caso o líder é revestido de um poder que desperta reações aos membros da comunidade a qual está inserida, construindo uma aura de divindade. Para ele: “O rei ou chefe provoca inveja de suas prerrogativas; cada um poderia gostar de ser rei”, por isso, neste caso, o líder pode ser equiparado a um tabu, onde deveria ser mantido distante do restante da população.

Não surpreende que tenha surgido a necessidade de apartar indivíduos perigosos como chefes e sacerdotes do resto da comunidade, de erguer um muro ao seu redor, para torná-los inacessíveis aos demais. Talvez comecemos a vislumbrar que esse muro, originalmente composto de preceitos tabu, existe ainda hoje na forma de cerimonial da corte. (FREUD, 2010 (2), p. 50 )

Um dos exemplos apresentados por Freud é dos nubas, na África Oriental, em que as pessoas acreditavam que poderiam morrer ao entrar na casa do rei-sacerdote. A profecia não aconteceria, naquele caso, quando o rei pousasse a mão em seu ombro desnudado, sendo o próprio rei o remédio provocado pelo contato da mão.

Mas talvez a maior parte do tabu dos senhores não se explique pela necessidade de proteção diante deles. A outra consideração no tratamento dos indivíduos privilegiados, a necessidade de guardar eles próprios dos perigos que os ameaçam, é que teve o mais nítido papel na criação dos tabus e, com isso, no surgimento da etiqueta da corte. (FREUD, 2010, p.50)

Socialmente, Freud observa a diferença a que um rei está dos seus súditos, de forma a caracterizar um distanciamento intencional para criar uma barreira.

O tabu de um rei é forte demais para seu súdito, porque a diferença social entre eles é muito grande. Mas um ministro pode ser o inofensivo intermediário entre os dois. Isto significa, transposto da linguagem do tabu para a da psicologia normal: o súdito, que teme a formidável tentação do contato com o rei, pode suportar o trato com o funcionário que não precisa invejar tanto, e cuja posição talvez venha a alcançar. Já o ministro pode atenuar sua inveja do rei pela consideração do poder que ele próprio exerce. Assim, diferenças pequenas na força mágica que induz à tentação são de temer menos do que as especialmente grandes. (FREUD, 2010 (2), p.40)

O tabu serve também aos objetivos sociais e garante o distanciamento aos chefes e sacerdotes para proteção de seus privilégios.

A necessidade de proteger o rei de todo perigo imaginável vem de sua enorme importância para o bem ou mal-estar dos súditos. A rigor, é sua pessoa que regula o curso da vida; “seu povo tem de lhe agradecer a chuva e a luz do Sol, que fazem crescer os frutos da terra, o vento, que traz os navios a suas costas, e até mesmo o chão firme sob os pés” .’ (FREUD, 2010 (2), p.51)

O líder desempenha um papel importante dentro do grupo. Como visto, a identificação com a liderança e com os demais membros formam uma unidade, criando a principal ligação afetiva.

### 3.6 UM OLHAR SOBRE O ELEITOR

A observação sobre o comportamento dos eleitores coube a Le Bon (1980), que anteriormente aos escritos de Freud sobre o comportamento de Massa, apresentou as reflexões acerca do tema. Para ele, o modelo de grupos políticos-eleitorais não diferem de qualquer outro tipo de grupo, caracterizando-se com os aspectos similares de perda das características individuais e, da mesma forma, chegando a baixa capacidade cognitiva.

As multidões eleitorais, isto é, as coletividades chamadas a eleger os titulares de certas funções, constituem multidões heterogêneas; contudo, como atuam para escolher apenas entre alguns candidatos, estas multidões só manifestam alguns dos caracteres anteriormente descritos. Esses caracteres são, sobretudo, a pouca aptidão para o raciocínio, a ausência de espírito crítico, a irritabilidade, a credulidade e o simplismo. Pode observar-se assim nas suas decisões a influência dos condutores e o papel dos fatores já enumerados: a afirmação, a repetição, o prestígio e o contágio. (LE BON, 1980, p. 90)

Por outro lado, ele vê alguns fatores como o prestígio, como fundamentais para garantir a conquista pelo voto. Por prestígio, ele classifica como “o fascínio que um indivíduo, uma obra ou uma doutrina exercem sobre o nosso espírito” (1980, p.67), que leva especialmente a uma condição de admiração e respeito.

Procuremos ver como se podem seduzir essas multidões. Analisando os processos que deram melhor resultado poder-se-á deduzir claramente a sua psicologia. A primeira qualidade que um candidato deve possuir é o prestígio. O prestígio pessoal só pode ser substituído pelo da fortuna. O talento ou o gênio não são elementos de êxito. É de capital importância para o candidato possuir prestígio e poder assim impor-se sem discussão. (LE BON, 1980, p.90)

Em sua análise, ele acredita que o eleitor deseja ser ludibriado, com discursos que atendam apenas ao conforto psicológico, mesmo sabendo que as propostas apresentadas são fantasias, com poucas chances de serem colocadas em prática.

Mas só o prestígio não basta para assegurar o êxito de um candidato. O eleitor deseja que lhe lisonjeiam as aspirações e as vaidades, e o candidato tem de rodeá-lo das mais extravagantes bajulações, não devendo hesitar em fazer-lhe as promessas mais fantasistas. Se os eleitores forem operários, nunca será demais injuriar e denegrir os patrões. Quanto ao candidato contrário, é preciso tentar esmagá-lo dando como certo, através da afirmação, repetição e contágio, que ele é o último dos patifes e que ninguém ignora que cometeu vários crimes; e, para isso, é evidentemente inútil encontrar qualquer espécie de prova. Se o adversário conhecer mal a psicologia das multidões, tentará justificar-se com vários argumentos, em vez de responder às afirmações caluniosas com outras afirmações igualmente caluniosas, e não terá então qualquer hipótese de triunfar. (LE BON, 1980, p. 91)

As promessas são consideradas palavras ao vento, que entram por um ouvido e saem por outro e não são acompanhadas pelo eleitor. Na visão de Le Bon, passado o processo

eleitoral, os eleitores não relacionam as promessas assumidas com o que foi efetivamente realizado porque o processo torna-se uma profissão de fé.

O programa escrito do candidato não deve ser muito categórico, pois os seus adversários poderão mais tarde recordar-lho; mas o seu programa verbal nunca será excessivo. Poderá sem receio prometer as reformas mais importantes porque, embora na altura estes exageros produzam grande efeito, em nada o comprometem para o futuro. Com efeito, o eleitor não se preocupa nada em saber se o eleito seguiu a profissão de fé proclamada e na qual naturalmente a eleição se apoiou. Reconhecemos aqui todos os fatores de persuasão já descritos e vamos encontrá-los ainda na ação das palavras e das fórmulas, cujo poderoso império tive já ocasião de mostrar. O orador que saiba manejá-las conduz as multidões à sua vontade. (LE BON, 1980, p. 91)

Por isso, a importância das palavras utilizadas no discurso, que devem ser empregadas de acordo com o momento, para conduzir as multidões diante dos caminhos pretendidos pelo candidato.

Expressões como: o capital infame, os vis exploradores, o admirável trabalhador, a socialização das riquezas, etc., produzem sempre o mesmo efeito, embora comecem a estar já um pouco gastas. Mas o candidato que consiga descobrir uma nova fórmula, convenientemente desprovida de sentido preciso e assim adaptável às mais diversas aspirações, obterá infalivelmente o êxito. A sangrenta revolução espanhola de 1873 foi feita com uma destas palavras mágicas, de sentido complexo, que cada um pode interpretar de acordo com as suas esperanças. Um escritor contemporâneo descreve a sua gênese em termos que merecem ser transcritos. (LE BON, 1980, p. 91)

Na questão eleitoral, Le Bon não vê diferença quando se avalia a capacidade mental dos grupos. Classifica como “idêntica à de outras multidões, nem melhor, nem pior”. O desânimo dele ao falar sobre o processo eleitoral, apesar de dizer que manteria o sufrágio universal tal como está, precisa ser encarada com a perspectiva de uma saída para esta condição a partir do fortalecimento das instituições e da educação como fator para o desenvolvimento.

Os inconvenientes do sufrágio universal são evidentemente demasiado visíveis para poderem ser desconhecidos. Não se pode negar que as civilizações foram a obra de uma pequena minoria de espíritos superiores que constituem o vértice de uma pirâmide, cujos degraus se alargam à medida que diminui o valor mental, e representam as camadas profundas de uma nação. A grandeza de uma nação não pode certamente depender do sufrágio dos elementos inferiores que apenas representam o número. Também não restam dúvidas que os sufrágios das multidões são muitas vezes bastante perigosos. Trouxeram-nos já várias invasões e, com o triunfo do socialismo, as fantasias da soberania popular custar-nos-ão mais caro ainda. (LE BON, 1980, p. 94)

Com isso, ganha importância o líder, como grande articulador e vértice para garantir a união do grupo. Seria ele o responsável por garantir a união de grupos, mas acima de tudo, também estariam aficcionado para as ideias às quais é porta-voz.

Geralmente, o condutor começa por ser um «conduzido», hipnotizado pela ideia da qual virá a ser apóstolo. Essa ideia apossa-se dele e absorve-o de tal modo que, fora dela, tudo desaparece e toda a opinião contrária se lhe afigura um erro ou uma



superstição, tal Robespierre, hipnotizado pelas suas quiméricas idéias, e recorrendo a todos os processos inquisitoriais para as propagar. (LE BON, 1980, p.60)

Outro aspecto comparável à religião é a questão dos oradores conseguirem conduzir multidões à fé. Além de ser um conduzido pela própria crença, o agente tem a capacidade de criar desejos e esperança do caminho a seguir. Com isso, muitos desses líderes levam seus seguidores a lutar nas suas guerras.

Nunca faltam condutores aos povos, mas nem todos possuem a fortaleza de convicções que faz deles apóstolos. Na maior parte dos casos, são hábeis oradores movidos pelos seus interesses pessoais e com um poder de persuasão assente na lisonja dos instintos mais baixos. A influência que, deste modo, exercem é sempre efêmera. Os grandes obstinados, os que arrebataram a alma das multidões, Pedro o Eremita, Lutero, Savonarola, os homens da Revolução, só conseguiram fascina-las porque eles próprios estavam subjugados por uma crença. Puderam criar nas almas esse poder formidável chamado fé, que faz de todo o homem um escravo do seu sonho. (LE BON, 1980, p.61)

O ponto de inflexão justamente é a fé, capaz de reduzir as distâncias, ou melhor, permitir que as caminhadas sejam toleradas e possíveis. Como o adágio popular, “uma longa caminhada, começa com o primeiro passo”, é possível refletir sobre os aspectos que a fé pode realmente promover no olhar das massas.

Criar a fé, seja ela religiosa, política ou social, a fé numa obra, numa pessoa ou numa ideia, esse é o papel dos grandes condutores. De todos os poderes de que a humanidade dispõe, a fé é um dos mais consideráveis, e com razão o Evangelho lhe atribui a força de mover montanhas. Dar ao homem uma fé é multiplicar por dez as suas forças. Muitos dos grandes acontecimentos da história foram realizados por crentes obscuros que nada mais tinham senão a fé. Não foi com intelectuais e filósofos, muito menos com céticos, que se edificaram as religiões que governaram o mundo e os vastos impérios alargados de um hemisfério ao outro. (LE BON, 1980, p.61)

Neste caso, o eleitor se identifica com determinado candidato e passa a seguir suas ideias e propostas, presentes em determinados grupos. Assim como acontece em qualquer grupo ou massa, tendo o líder como um messias. A seguir, vamos discutir o papel das emoções no comportamento e seu papel nas definições do eleitor.

## CAPÍTULO 4 – EMOÇÕES E NEUROCIÊNCIAS

### 4.1 EMOÇÕES

Importante componente da vida e parte integrante do ser são as emoções. Neste sentido, as emoções exercem grande influência no comportamento e, conseqüentemente, refletem em toda a vida. Quem não lembra da primeira namorada ou namorado, o primeiro dia na faculdade ou então, onde estava quando as torres gêmeas foram atingidas nos atentados terroristas de 2000? Mas como as emoções são formadas? O que vem primeiro, as respostas fisiológicas ou a interpretação do que se está sentindo?

As emoções são estudadas por diversas áreas do conhecimento, com uma grande gama de interpretações e definições, dependendo da área ou linha a qual é abordado pode carregar outros termos como afeto, sentimentos, motivações, desejos, impulsos, entre outros. Na etimologia da palavra *e*, vem de *ex*, e *movere* se origina de pôr para fora, ou seja, de revelar para o exterior o que está dentro.

Para Ekman (2003), as emoções têm um papel fundamental na qualidade de vida, estando presente em todos os relacionamentos aos quais o indivíduo tem interesse. Além disso, tem a função de salvar a vida, mas, por outro lado, pode causar danos, levando a arrependimento diante das atitudes. “Ainda me espanta que, até muito recentemente, nós — tanto cientistas quanto leigos — saibamos tão pouco a respeito das emoções, dada sua importância em nossas vidas”, lamenta Ekman (2003, p. 14). Segundo ele, a natureza das emoções é o próprio motivo das dúvidas a respeito do seu poder de influência sobre o ser humano e como reconhecer seus sinais.

A quantidade de emoções, por exemplo, é uma discussão que segue sem uma definição consensual. Encontramos de cinco emoções básicas em Fridlund; Ekman; e Oster (1987) a 20 afetos, entre positivos e negativos, em Watson, Clarck e Tellegen (1988). Diante de tantas linhas teóricas e interpretações, Dixon (2012) avalia que o problema do estudo das emoções não é que não exista uma definição clara sobre o tema, mas o caso é exatamente o contrário, quando há muitas definições e diversas linhas de pensamento sobre o objeto, ou seja, falta consenso entre os teóricos para definição do tema. Apesar dos estados mentais serem citados em livros e trabalhos como paixões ou afetos, a primeira pessoa a se utilizar do termo emoções foi o professor de filosofia moral de Edimburgo e médico Thomas Brown. Dixon (2012, p. 4), esclarece que “a palavra “emoção” já era amplamente usada, “mas nas palestras de Brown, publicadas pela primeira vez em 1820, o termo assumiu um novo papel teórico sistemático na ciência mental”, explica ele.

Johnson (2009) destaca que, diante das diversas teorias, a análise é um grande desafio pois há diversas maneiras de analisar as emoções e que alguns dos sentimentos são sutis e outros mais intensos, deixando ainda mais complexo esse campo. Ele destaca, por exemplo, o fato das emoções representarem o ambiente social o qual o indivíduo está inserido e ao mesmo tempo terem sido moldadas pela seleção natural. De acordo com Johnson (2009, p. 1), “essas e outras características conflitantes das emoções dificultam a construção de uma teoria e levaram à criação de uma variedade de teorias diferentes”.

Na perspectiva de Johnson (2009) existem três categorias nas quais podem ser divididas as teorias das emoções a partir do prisma evolutivo, social e interno. Na categoria evolutiva, a abordagem é de que as emoções fizeram parte da evolução histórica e que se desenvolveram ao longo do tempo. Por isso, nesta linha de pensamento, trabalha-se com a hipótese de que as emoções estão presentes nos seres humanos por conta da evolução natural que teria acontecido em algum momento do passado. Em outras palavras, a emoção deve ser compreendida como um conjunto de estímulos que orientam processos cognitivos, fisiológicos e comportamentais. Entre as características das emoções está o fato delas terem características de adaptações, como respostas a estímulos do ambiente tanto quanto a oportunidades e ameaças e “ajudam os organismos a se reproduzir, proteger a prole, manter alianças”.

Uma vez que todos os humanos têm emoções e a maioria dos animais não humanos exibem respostas semelhantes às emoções, é provável que as emoções (ou comportamentos semelhantes às emoções) estivessem presentes em um ancestral comum. Além disso, as emoções parecem ter uma função importante, o que levou muitos a pensar que certas emoções foram selecionadas para lidar com problemas e desafios específicos que os organismos encontram regularmente. (JOHNSON, 2009, p.3)

A segunda categoria da conta das emoções como construções sociais, desta forma seriam fruto da cultura sendo desenvolvidas pelo aprendizado e contato com as demais pessoas. Uma das principais argumentações está no fato das emoções serem experimentadas no ambiente social, na interrelação entre as pessoas, sendo resposta a esses contatos estabelecidos com outras pessoas. Desta forma, as regras seriam definidas pela sociedade de uma forma deliberada sendo seguida sem nenhum esforço pelos demais. Nesta perspectiva,

As emoções e sua expressão são reguladas por normas, valores e expectativas sociais. Essas normas e valores influenciam quais são os objetos apropriados da emoção (ou seja, quais eventos devem deixar uma pessoa com raiva, feliz, ciumenta etc.), e também influenciam como as emoções devem ser expressas. (JOHNSON, 2009, p.8)

Já a terceira linha de pensamento busca explicar o próprio processo emocional. Neste caso, o início seria a percepção de algum estímulo, seja um pensamento ou algum objeto, e

seguido de uma resposta corporal. As respostas corporais podem ser mudança da frequência cardíaca ou alteração da expressão facial. Nesta categoria estão diversos percursos para explicar o processo emocional, como as teorias cognitivas, as teorias de julgamento, de avaliação cognitiva e teorias não cognitivas.

As teorias cognitivas partem do princípio de que a geração de resposta emocional é uma percepção do estímulo. E que a resposta será diferente em indivíduos diferentes, assim como a exposição ao mesmo objeto pode levar a respostas emocionais dependendo dos diferentes momentos em que ela acontecem. Nas teorias de julgamento, o indivíduo faria um julgamento sobre nós e sobre a nossa posição no mundo, com a projeção dos valores e ideias aos quais desenvolvemos, desta forma estaria baseado no conjunto de crenças formado por cada um.

Nas teorias de avaliação cognitiva, a maneira como o indivíduo avalia o estímulo determina a emoção. Neste caso, quando acontece um estímulo, ele seria avaliado em cinco dimensões (estado motivacional, estado situacional, probabilidade, poder e agente) e em cada um deles seria atribuído valores, o que determinaria a resposta emocional. As teorias não cognitivas defendem que julgamentos e avaliações não fazem parte do processo, ou seja, sem um julgamento ou avaliação ao estímulo, as emoções seriam fruto de um reflexo ao objeto. As emoções seriam separadas das funções cognitivas, tendo de um lado a racionalidade e do outro as emoções.

A despeito de muitos trabalhos sobre as emoções, Gazzaniga, Heatherton e Halpern (2018), Libralon (2014) abordam três teorias que possuem mais relevância dentro da academia quando se aborda o caminho pelo qual as emoções percorrem dentro do indivíduo: Teoria de James-Lange, Teoria de Canon-Bard e Teoria dos dois Fatores Schachter-Singer, as quais vamos detalhar.

Na Teoria de James-Lange, diferente do que encontramos no senso comum, de que o corpo reage às emoções, esta linha teórica propôs de que a interpretação das mudanças físicas é que levam a sentir determinada emoção. Desta forma, sente-se tristeza porque se chora ou está feliz porque sorri.

Na teoria Cannon-Bard há uma crítica à proposta de James-Lange. Ela parte da premissa de que a mente responde antes a experiência do que uma reação corporal, ou seja, determinada pessoa pode sentir constrangimento antes de corar. Por isso, propuseram que as informações a estímulos emocionais são enviados à mente e ao corpo separadamente e de forma simultânea. Desta forma, a pessoa experimenta uma emoção produzida no córtex e a outra no corpo.

Já a terceira corrente identificou pontos positivos nas duas propostas anteriores para chegar ao seu postulado. Nesta teoria, Schachter-Singer indicaram que as respostas fisiológicas às emoções são as mesmas, na verdade, o que mudaria seria a interpretação relacionada aquele alerta, que, dependendo do contexto, seria rotulado com um tipo de emoção. Quando a pessoa sente uma mudança fisiológica, ela busca uma explicação cognitiva para reconhecer o que está acontecendo.

Silva (2009) destaca que a partir do século XX, os estudos desenvolvidos acerca do tema permitiram alguns novos olhares sobre esse importante componente da vida. E um dos principais aspectos seria o fato do indivíduo ao se emocionar compreender e estar consciente das suas emoções, o que permitiria estabelecer um outro nível de entendimento para se “relacionar no e com o mundo”. Mas parte dos pensadores e o próprio senso comum tentam dividir a vida emocional da razão, como se existissem duas medidas distintas.

De uma forma geral, todos desenvolvem algum tipo de experiência emocional e sabem, intuitivamente, do que se trata, com mudanças fisiológicas como mãos suando, taquicardia, dificuldade para raciocinar ou falar, entre outros aspectos. Mas há grande dificuldade em definir corretamente termos como emoção, sensação e humor, importantes para compreender os significados.

Uma emoção é uma resposta negativa ou positiva imediata, específica para eventos ambientais ou pensamentos internos. As emoções normalmente interrompem o que está acontecendo ou desencadeiam mudanças no raciocínio e comportamento. Você está sentado em sua mesa e vê um movimento com o canto do olho e... argh, é um rato! Você está tendo uma resposta emocional negativa. Para os psicólogos, a emoção (às vezes chamada de afeto) tem três componentes: um processo fisiológico (p. ex., taquicardia e sudorese), uma resposta comportamental (p. ex., olhos arregalados e boca escancarada) e uma sensação que é baseada na avaliação cognitiva da situação e interpretação dos estados corporais (p. ex., estou com medo!). A sensação é a experiência subjetiva da emoção, como sentir medo, mas não a emoção em si. (GAZZANIGA, HEATHERTON E HALPERN, 2018, p. 404)

Cornelius (2000, p.1), apesar de alguma divergência entre autores e teorias, aponta uma possível convergência entre os postulados. Cita, por exemplo, os trabalhos de Ekman e Carroll Izard que combinam aspectos das perspectivas darwiniana, jamesiana e cognitiva. Por isso, em sua opinião, “fica, portanto, bastante claro que as perspectivas darwiniana, jamesiana e cognitiva já estão sendo integradas nas teorias dos estudantes da emoção dentro de cada perspectiva”.

A despeito das diferentes abordagens, vamos adotar a linha proposta por Damásio, introduzida em 1994, com a publicação do livro “O Erro de Descartes”. Nesse livro, Damásio argumentou que a razão não poderia ser separada das emoções. Ele acredita que a razão e a emoção estão indissoluvelmente associadas e que na verdade não há raciocínio numa forma

pura, independente, a não ser que se cometa o erro de Descartes, ou seja, separar mente e corpo como se fossem substâncias distintas. Para Damásio, a razão só é racional se ela for permeada pelas emoções.

Tampouco se pretende afirmar que, quando têm uma ação positiva, as emoções tomam as decisões por nós ou que não somos seres racionais. Limito-me a sugerir que certos aspectos do processo da emoção e do sentimento são indispensáveis para a racionalidade. No que têm de melhor, os sentimentos encaminham-nos na direção correta, levam-nos para o lugar apropriado do espaço de tomada de decisão onde podemos tirar partido dos instrumentos da lógica. Somos confrontados com a incerteza quando temos de fazer um juízo moral, decidir o rumo de uma relação pessoal, escolher meios que impeçam a nossa pobreza na velhice ou planejar a vida que se nos apresenta pela frente. As emoções e os sentimentos, juntamente com a oculta maquinaria fisiológica que lhes está subjacente, auxiliam-nos na assustadora tarefa de fazer previsões relativamente a um futuro incerto e planejar as nossas ações de acordo com essas previsões. (DAMÁSIO, 1996, p.12 )

Na sua visão, existe uma mente integrada a um organismo complexo e com interações permanentes entre o corpo e o cérebro, que se desenvolveu durante todo o processo evolutivo, acompanhado do desenvolvimento individual. Desta forma, as informações passadas constantemente pelo corpo permitem que a mente se ocupe com outras atividades. Esta conclusão, Damásio chegou após investigações sobre memória, linguagem e raciocínio em pessoas com lesões cerebrais. Por isso, destaca três pontos importantes a respeito do homem como ser integral:

1) o cérebro humano e o resto do corpo constituem um organismo indissociável, formando um conjunto integrado por meio de circuitos reguladores bioquímicos e neurológicos mutuamente interativos (incluindo componentes endócrinos, imunológicos e neurais autônomos); 2) o organismo interage com o ambiente como um conjunto: a interação não é nem exclusivamente do corpo nem do cérebro; 3) as operações fisiológicas que denominamos por mente derivam desse conjunto estrutural e funcional e não apenas do cérebro: os fenômenos mentais só podem ser cabalmente compreendidos no contexto de um organismo em interação com o ambiente que o rodeia. O fato de o ambiente ser, em parte, um produto da atividade do próprio organismo apenas coloca ainda mais em destaque a complexidade das interações que devemos ter em conta. (DAMÁSIO, 1996, p.16)

Estudando pessoas lesionadas no cérebro, no córtex frontal, como Phineas Gage, em 1848, identifica que após o acidente, há uma perda consistente da tomada de decisão, colocando a própria vida em risco e sem conseguir desenvolver uma rotina ao que acontecia anteriormente. Apesar da consciência, raciocínio lógico estarem em perfeito estado, notou-se uma incapacidade em tomar decisões e de se comportar nas atividades rotineiras como acontecia antes do acidente. Desta forma, fica evidente o impacto do déficit emocional para a tomada de decisão.

Damásio lembra que o estado do corpo captura os sentimentos e que isso fica justaposto à percepção ou recordação de algo, desta forma, os sentimentos tornam-se qualificadores dessa percepção. Neste sentido, os sentimentos são “precisamente tão

cognitivos como qualquer outra percepção. São o resultado de uma curiosa organização fisiológica que transformou o cérebro no público cativo das atividades teatrais do corpo”, comenta. Ele conclui que se o homem não pudesse sentir os estados do corpo, sendo eles dolorosos ou gostosos, “não haveria sofrimento ou felicidade, desejo ou misericórdia, tragédia ou glória na condição humana” (Damásio, 1996, p.15).

Ele apresenta um exemplo hipotético no qual um empresário, é chamado por outro grande empresário que quer expandir as ações da empresa na sua região e que isso lhe renderia um vultoso negócio. No entanto, ele é inimigo do seu melhor amigo para fazer um negócio comercial com potencial de lhe garantir bons rendimentos. Neste caso, o cérebro começa a fazer dezenas de simulações e surgem diversos cenários mediante cada resultado. Para fazer uma análise de uma decisão como esta, seriam necessários múltiplos cenários e provavelmente o sujeito não conseguiria chegar a uma conclusão definitiva do que fazer neste caso.

Para dilemas como este, Damásio (1996, p. 205) sugere a hipótese do “marcador-somático”, segundo o qual quando se analisa os custos/benefícios de uma dada situação, “surge um mau resultado associado a uma dada opção de resposta, por mais fugaz que seja, você sente uma sensação visceral desagradável”. Desta forma, a sensação é corporal e isso permite que soe um alarme natural de que algo não está no caminho certo.

O sinal pode fazer com que você rejeite imediatamente o rumo de ação negativo, levando-o a escolher outras alternativas. O sinal automático protege-o de prejuízos futuros, sem mais hesitações, e permite-lhe depois escolher entre um número menor de alternativas. A análise custos/benefícios e a capacidade dedutiva adequada ainda têm o seu lugar, mas só depois de esse processo automático reduzir drasticamente o número de opções. (DAMASIO, 1996, p. 205)

Os marcadores, segundo ele, surgem de forma velada, permanecendo no inconsciente. Eles não tomam a decisão, mas fazem um papel auxiliar de reduzir as possibilidades de acordo com a projeção futura. Assim, um marcador-somático negativo leva uma melhor observação e até a rejeição de determinada decisão e, no sentido contrário, um marcador-somático positivo tende a decisão ser positiva. Desta forma, reduz a quantidade de opções para a escolha, em primeiro lugar e em segundo cria facilitadores para as definições difíceis.

Em suma, os marcadores-somáticos são um caso especial do uso de sentimentos gerados a partir de emoções secundárias. Essas emoções e sentimentos foram ligados, pela aprendizagem, a resultados futuros previstos de determinados cenários. Quando um marcador-somático negativo é justaposto a um determinado resultado futuro, a combinação funciona como uma campanha de alarme. Quando, ao contrário, é justaposto um marcador somático positivo, o resultado é um incentivo. (DAMASIO, 1996, p.206)

Para ele (1996, p. 207), os marcadores são importantes para compreender o processo de escolha. Desta forma, exemplifica que o desenvolvimento dos cenários futuros permite que haja uma escolha de acordo com perspectivas diferentes. Por mais que as consequências imediatas de uma decisão sejam negativas, os benefícios vislumbrados no futuro podem permitir que a decisão seja positiva. No caso de um empresário e seus empregados terem que aumentar as horas de trabalho e sofrer a redução de salários momentaneamente para garantir dias mais prósperos e o próprio emprego, a proposta de vantagem futuras cria um marcador-somático positivo.

Sem esse prelúdio de dias potencialmente melhores, como seria possível aceitar o dentista ou o ensino universitário? Por meio da mera força de vontade, poder-se-ia contrapor, mas nesse caso como explicar a força de vontade? Ela se baseia na avaliação de uma perspectiva, e a avaliação pode nem sequer ter lugar se a atenção não for devidamente canalizada tanto para as dificuldades imediatas como para os êxitos futuros, tanto para o sofrimento agora como para a compensação futura. Elimine-se essa última e estaremos retirando a força de elevação às asas da força de vontade. A força de vontade é uma metáfora para a idéia de escolher de acordo com resultados a longo prazo e não a curto prazo. (DAMASIO, 1996, p. 207)

Vale destacar, como pondera Damásio, as emoções podem levar a decisões contrárias à ‘racionalidade’. Ele cita a simples decisão de utilizar um avião para fazer a viagem entre duas cidades ou um veículo. Segundo ele, apesar do risco muito maior em relação aos acidentes de trânsito e os poucos acidentes de aviões não são suficientes para que os dados estatísticos convençam boa parte dos usuários em subir no transporte aéreo. No entanto, a imagem do acidente de avião e a probabilidade de que poucas pessoas escapem de acidentes com aeronaves domine a perspectiva do raciocínio objetivo.

Mas, embora a emoção e os impulsos biológicos possam dar origem à irracionalidade em algumas circunstâncias, eles são indispensáveis em outras. Os impulsos biológicos e o mecanismo automatizado do marcador-somático que deles dependem são essenciais para alguns comportamentos racionais, em especial nos domínios pessoal e social, embora possam ser prejudiciais à decisão racional em determinadas circunstâncias, ao criar uma influência que se sobrepõe aos fatos objetivos ou que interfere nos mecanismos de apoio à decisão, tais como a memória de trabalho. (DAMASIO, 1996, p.225)

Silva (2009) classifica, então, a emoção como um impulso neural que move o organismo para a ação. Há ainda uma diferença entre emoção e sentimento, no qual o primeiro é algo arrebatador e que produz mudança fisiológica, ou seja, torna-se pública, e de forma momentânea, já o sentimento, tem característica privada, pois trata-se da interpretação da emoção, com características mais duráveis.

Com isso, Emoção e Cognição são estudados dentro do mesmo processo. Isso porque não há separação de quando se observa um objeto sobre a perspectiva apenas racional. Todos os aspectos emocionais são colocados no mesmo pacote. Segundo Gazzaniga, Heatherton e



Halpern (2018), essas avaliações realizadas de forma instantânea pelo indivíduo são utilizadas, posteriormente, para a tomada de decisão de uma forma geral.

As emoções influenciam a tomada de decisão de diferentes maneiras. Por exemplo, as pessoas antecipam estados emocionais, que então servem como uma fonte de informação e um guia na tomada de decisões. Dessa maneira, os indivíduos são capazes de tomar decisões mais rapidamente e de maneira mais eficiente. Além disso, em situações complexas e multifacetadas, as emoções servem como guias heurísticos, que fornecem feedback para tomar decisões rápidas (Slovic, Finucane, Peters, & MacGregor, 2002). Os julgamentos de risco são fortemente influenciados por sentimentos atuais, e quando as emoções e cognições estão em conflito, as emoções normalmente têm o impacto mais forte sobre as decisões (Loewenstein, Weber, Hsee, & Welch, 2001). (GAZZANIGA, HEATHERTON E HALPERN, 2018, p. 417)

Com isso, para Alves (2019, p.10), a “razão e a cognição não podem se desenvolver e exercer suas funções normalmente se não forem sustentadas pelos afetos”. A argumentação é de que para refletir ou para conhecer determinado aspecto, é necessário que as coisas tenham um valor específico para o indivíduo. Neste sentido, a indiferença emocional anularia as nuances sobre aquele objeto, deixaria a tudo com o mesmo olhar, sendo uma definição matemática. Razão e emoção, tornam-se, então, indissociáveis. “As funções cognitivas de alto nível como a linguagem, a memória, a razão e a atenção estão ligadas aos processos emocionais, especialmente quando se trata de questões pessoais e sociais que envolvem risco”, esclarece Alves (2019, p.10), que acrescenta:

Sem as emoções você não entra em sintonia com a realidade. O seu discurso é vazio. Consequentemente, é violento, é mesmo ruidoso, no sentido que ele destrói esse silêncio que permite às pessoas efetivamente se relacionarem. A construção e teorias não é exclusivamente intelectual. Se ela não tiver uma sustentação emotiva e efetiva, torna-se um discurso não só vazio, mas provavelmente será um discurso impositivo, perigoso. Ela se torna ruído. (ALVES, 2019, p.32)

Alves (2019) argumenta que emoção não envolve elementos cognitivos, mas sim sentimentos. Por isso, as paixões seriam fenômenos *arracionais*, ou seja, distantes da razão. Enquanto animais irracionais formam representações dos objetos, aproximando do que é prazeroso e se distanciando do que classifica como doloroso, nos seres humanos as emoções podem gerar reações distintas em cada pessoa. Uma pessoa pode sentir medo e congelar antes de um salto de paraquedas e o outro pode ficar entusiasmado para desafiar o perigo.

As emoções seriam classificadas em primitivas e derivadas. As primitivas são admiração, amor, ódio, desejo, alegria e tristeza. Dessas surgem paixões como a estima, desprezo, esperança, temor, inveja, coragem, covardia, piedade e assim por diante (Alves, 2019, p.63).

Pettinelli (2020, p.8) explica, por outro lado, que existem partes do pensamento em que não existem emoções e emoções que não existem pensamentos. Esclarece, ainda, que o

pensamento e sentimento estão interconectados. “Mas os pensamentos são realmente mais claros do que os sentimentos. Pensamento e sentimento podem resultar na mesma quantidade de atenção a algo, mas o pensamento é mais preciso”, explica ele. De acordo com Pettinelli (2020, p.10), quanto mais você gosta de algo, mais difícil é para identificar conscientemente os motivos do por que você gosta. Por isso, define “a emoção é apenas um pensamento inconsciente”.

As emoções são experimentadas de forma consciente e inconsciente, na medida em que alguém sente claramente uma emoção é a extensão em que isso está consciente. Se uma emoção está sendo experimentada, mas não está sob a consciência da pessoa que está experimentando, por definição, é principalmente uma emoção inconsciente porque eles não estão cientes disso. Alguém pode experimentar uma grande emoção, mas isso não significa necessariamente que a emoção estará completamente sob a consciência de a pessoa que está experimentando isso. (PETTINELLI, 2020, p.14)

Gazzaniga destaca que este processo envolve as dinâmicas sociais e que as pessoas se utilizam das emoções como importante mecanismo de comunicação não-verbal. Este é um importante aspecto do aprendizado da criança que se expressa sem palavras e aprende como se comunicar para poder sobreviver.

Por exemplo, como as crianças não podem falar, elas precisam comunicar suas necessidades em grande parte por meio de ações não verbais e expressões emocionais. Os recém-nascidos são capazes de expressar alegria, interesse, nojo e dor. As expressões não verbais das emoções sinalizam estados interiores, humores e necessidades. Pode-se até argumentar que os seres humanos são uma espécie social porque as emoções possibilitam que as pessoas vivam juntas. (GAZZANIGA, HEATHERTON E HALPERN, 2018, p. 421)

Pettinelli (2020) entende que existem partes do pensamento que não tem sentimento ou emoção, assim como acontece em caso contrário. Para ele, o pensamento requer mais concentração, visto que é um período de atenção aumentada. Com isso, caso o indivíduo esteja atento às suas próprias emoções, elas ajudarão a despertar a atenção para algo que lhe traz determinada emoção positiva ou negativa. Ressalta Pettinelli (2020, p.8): “Assim, pensamento e sentimento são realmente um e o mesmo. Mas os pensamentos são realmente mais claros do que os sentimentos.”

Como exemplo de que as emoções afetam o comportamento, Harari (2018) apresenta um exemplo de um estudo social realizado, o qual considera um tanto quanto sórdido, com um grupo de estudantes do Seminário Teológico de Princeton de aspirantes a ministros da Igreja Presbiteriana. Neste estudo, realizado em dezembro de 1970 (Darley e Batson, 1973), pedia-se que o estudante fosse o mais rapidamente a uma sala de aula em outro prédio para, da melhor forma possível contar sobre a parábola do Bom Samaritano. Na passagem, um judeu que vai de Jerusalém a Jericó é vítima de criminosos que o deixam à beira da estrada

para morrer. Apesar de um sacerdote e um levita passarem ao seu lado, quem o ajuda é um samaritano, grupo desprezado pelos judeus, salvando a sua vida. Na parábola, depreende-se que o importante é o comportamento e não a afiliação religiosa ou as opiniões.

Ainda dentro do estudo, enquanto os seminaristas pensavam em como contar a história da melhor forma possível para explicar a moral do bom samaritano e corriam de um prédio para o outro, os pesquisadores colocaram uma pessoa maltrapilha pedindo ajuda e tossindo de cabeça baixa no caminho.

A maioria dos seminaristas nem sequer parou para perguntar o que havia de errado com o homem, muito menos para oferecer ajuda. O estresse emocional causado pela necessidade de se apressar para a sala tinha triunfado, sobre a obrigação moral de ajudar estranhos em apuros. As emoções humanas triunfam sobre teorias filosóficas em inúmeras outras situações. Isso torna a história ética e filosófica do mundo uma narrativa deprimente de ideias maravilhosos e comportamentos menos que ideias. (HARARI, 2018, p.85)

O estudo realizado por Darley e Batson (1973) e publicado na revista científica *Personalidade e Psicologia Social* tinha como hipótese de que os estudantes prestariam atenção a pessoa que pedia ajuda, mas não foi o que aconteceu durante a pesquisa de campo e análise dos dados em entrevistas posteriores. Que apesar de terem visto, percebido a pessoa pedindo ajuda, estavam demasiadamente entusiasmados com seus objetivos.

Pensar no Bom Samaritano não aumentava o comportamento de ajuda, mas a pressa o diminuía. É difícil não concluir disso que a explicação frequentemente citada de que a ética se torna um luxo à medida que a velocidade de nossa vida diária aumenta menos uma descrição precisa. A imagem que essa explicação transmite é de uma pessoa vendo outra, conscientemente notando sua angústia e conscientemente escolhendo deixá-la angustiada. (DARLEY e BATSON, 1973, p.107)

Com tudo isso, é possível compreender um pouco mais dos processos emocionais no comportamento. Como apresentado, muitas vezes deixado de lado ou pouco percebido, as emoções são indispensáveis para as decisões das mais banais às mais complexas.

#### 4.1.1 EMOÇÕES NA DEFINIÇÃO DO VOTO

No voto não é diferente. O processo de escolha do candidato ou do partido ao qual recai as preferências pessoais possui o mesmo processo de definição das decisões da vida do sujeito. O israelense Yuval Noah Harari, Phd em História pela Oxford, tem levantado alguns importantes debates sobre o comportamento humano, analisando principalmente os novos mecanismos de comunicação e a sociedade contemporânea. Harari (2018) destaca a importância que foi dada durante o processo de saída da Inglaterra do bloco da União Européia, o *Brexit* (British Exit). Este foi o primeiro caso de um país que deixou a União Européia após 47 anos do acordo que permite o livre comércio e o trânsito de pessoas para

trabalhar e morar entre os países membro. Apesar de ser um processo que demandaria uma série de análises técnicas com riscos e benefícios de permanecer no bloco, a decisão das autoridades à época foi levar a definição para a população por meio de um referendo.

Os herdeiros de Thatcher no Partido Conservador concordam totalmente com o Partido Trabalhista em que a autoridade política vem dos sentimentos, das escolhas e do livre-arbítrio de eleitores individuais. Assim, quando a Inglaterra precisou decidir se saía ou não da União Européia, o primeiro-ministro David Cameron não pediu à rainha Elizabeth II, nem ao arcebispo de Cantuária, nem aos catedráticos de Oxford e Cambridge que resolvessem a questão. Não perguntou nem mesmo aos membros do parlamento. Em vez disso, realizou um referendo no qual se perguntava a cada britânico: "O que você sente quanto a isso?" (HARARI, 2018, p. 70)

A pergunta do referendo, segundo ele, demonstra o sentido que se deu ao processo eleitoral, buscando compreender os sentimentos dos cidadãos em relação aos processos. De acordo com a sua visão, caso fosse uma decisão puramente técnica, deveria ser realizada a definição com as melhores estratégias por quem realmente conhece do tema.

Poder-se-ia contestar que a pergunta deveria ser "O que você pensa?" e não "O que você sente?", mas esse é um erro de percepção comum. Referendos e eleições sempre dizem respeito a sentimentos humanos, não à racionalidade humana. Se a democracia fosse questão de tomadas de decisão racionais, não haveria nenhum motivo para dar a todas as pessoas direitos iguais em seus votos - ou talvez nem sequer o direito de votar. Existe ampla evidência de que algumas pessoas são muito mais informadas e racionais do que outras, principalmente, quando se trata de questões econômicas e políticas específicas. (HARARI, 2018, p.70)

Por isso, ele crê que “para o bem e para o mal, eleições e referendos não têm a haver com o que pensamos. Têm a ver com o que sentimos” (2018, p. 71). E complementa que, neste caso, todos são iguais e as emoções como importante guia do comportamento.

E, quando se trata de sentimentos, Einstein e Dawkins (Biólogo Richard Dawkins) não são melhores do que ninguém. A democracia supõe que sentimentos humanos refletem um misterioso e profundo "livre-arbítrio", que este "livre-arbítrio" é a fonte definitiva da autoridade e que apesar de algumas pessoas serem mais inteligentes do que outras, todos os humanos são igualmente livres. (HARARI, 2018, p.71)

As emoções estão em todos os momentos do comportamento humano e as reações surgem, por exemplo, a partir das declarações dos políticos nos meios de comunicação ou nas redes sociais. Por isso, os políticos buscam compreender, cada vez mais, como tocar nos sentimentos das pessoas.

Os políticos são um pouco como músicos e o instrumento que eles tocam é o sistema emocional e bioquímico humano. Eles fazem um discurso e há uma onda de medo no País. Eles escrevem uma mensagem no twitter e há uma explosão de ódio. Não acho que deveríamos dar a esses músicos um instrumento mais sofisticado para eles tocarem. Quando políticos forem capazes de manipular nossas emoções, provocando, segundo sua vontade, ansiedade, ódio, alegria e tédio, a política será um mero circo emocional. Por mais que devamos temer o poder das grandes corporações, a história sugere que não estaríamos necessariamente melhor nas mãos de governos superpoderosos. Neste momento, em março de 2018, eu prefiro dar meus dados a Mark Zuckerberg a dá-los a Vladimir Putin. (HARARI, 2018, p.110)

Harari acredita que este poderá ser o novo mundo a partir da fusão da biotecnologia com a tecnologia da informação, com algoritmos que terão a capacidade de monitorar e, mais do que isso, compreender os sentimentos melhor do que o ser humano. Quando chegar a esse ponto, em sua visão, o humano perderá de fato a autoridade para os computadores.

Engenheiros estão desenvolvendo um software que detecta emoções humanas com base nos movimentos dos olhos e dos músculos faciais. Acrescente uma boa câmera ao aparelho de televisão e esse software saberá quais cenas nos fizeram rir, quais cenas nos deixaram tristes e quais cenas nos entediaram. Em seguida, conecte o algoritmo a sensores biométricos e ele saberá como cada fotograma influenciou nosso ritmo cardíaco, nossa pressão sanguínea e nossa atividade cerebral. (HARARI, 2018, p.78)

De acordo com ele, as democracias superaram as ditaduras porque souberam como melhor processar os dados, que a partir de muitas pessoas e instituições, são tomadas as decisões. Mas que o atual formato “não será capaz de sobreviver à fusão da biotecnologia com a tecnologia da informação. Ou a democracia se reinventa com sucesso numa forma radicalmente nova, ou os humanos, acabarão vivendo em "ditaduras digitais" (HARARI, 2018, p.95). O uso da tecnologia já é uma prática dentro dos processos eleitorais pelo mundo a fora e a utilização das emoções é mais um passo para manipular o comportamento dentro de regimes democráticos ou não.

É improvável que enfrentemos uma rebelião de robôs nas próximas décadas, mas poderíamos ter de lidar com hordas de bots que sabem, melhor do que nossas mães, como manipular nossas emoções e usar essa misteriosa habilidade para tentar nos vender alguma coisa - seja um carro, um político ou toda uma ideologia. Os robôs poderiam identificar os nossos temores, ódios e desejos mais profundos e usar essas alavancas interiores contra nós. Já tivemos uma mostra disso em eleições e referendos recentes por todo o mundo, quando hackers aprenderam como manipular eleitores individuais analisando dados sobre eles e explorando seus preconceitos. (HARARI, 2018, p.100)

As emoções, importante componente da vida, vem ganhando espaço dentro das pesquisas especialmente no exterior que buscam estudar a definição do voto. A maior parte dos estudos buscam trabalhar o voto como uma escolha racional, deixando de lado as emoções, como se pudesse haver uma separação permanente entre razão e emoção no comportamento humano.

Não obstante essa depreciação dos sentimentos, uma considerável parcela da psicologia política vem tratando de analisar de maneira parcimoniosa o impacto das emoções dentro do processo de tomada de decisão. Tal literatura está particularmente interessada em entender como as emoções estão entrelaçadas com a razão e, neste sentido, compreender de que forma a convergência entre esses dois fatores produz comportamentos políticos. (PIMENTEL, 2010, p. 517)

Pimentel (2010), pioneiro no Brasil com o estudo das emoções no voto, acredita que há vantagens, por exemplo, na mensuração de emoções em pesquisas em substituição de questionários com respostas apenas objetivas. Segundo ele, as emoções são permanentes na

subjetividade humana, diferentes dos aspectos relacionados às impressões cognitivas de um dado evento.

As pessoas podem não se lembrar muito bem o que aconteceu ou foi dito numa situação específica, mas as emoções despertadas por um dado discurso ou evento permanecem na subjetividade (ZANJOC, 1980; 1984). Por conta disso, medidas emocionais oferecem uma forma mais precisa de mensurar aspectos subjetivos do que muitas outras que buscam, por exemplo, reconstruir memórias dos entrevistados em relação a situações específicas (TORANGEAU et al, 2000). (PIMENTEL, 2010, p.521)

Usando uma escala de entusiasmo e ansiedade para apontar as emoções pelos candidatos Lula (PT) e Geraldo Alckmin (PSDB) em relação ao pleito de 2006, Lula levava clara vantagem em relação ao opositor com 55% dos eleitores declarando entusiasmo pelo candidato petista e 34% para o candidato do tucano (Pimentel, 2010).

O entusiasmo atua de maneira a predispor os indivíduos a votarem em determinado candidato. Assim, eleitores entusiasmados com o governante estão muito mais propensos a decidirem seu voto em etapas iniciais das campanhas, ou até mesmo antes delas, do que eleitores que possuem pouco entusiasmo. Da mesma forma, eleitores ansiosos em relação ao governante por conta da incerteza gerada por fatores de curto prazo, tendem a decidir mais tardiamente. (PIMENTEL, 2010, p.531)

**Tabela 4 - Intensidade de sentimentos por Lula e Alckmin**

	Entusiasmo Lula	Ansiedade Lula	Entusiasmo Alckmin	Ansiedade Alckmin
Nenhuma	24	22	27	51
Não pouco	20	22	27	20
Sim pouco	22	20	24	12
Sim muito	22	14	10	5
N/C/N/D	1	1	2	2

*Fonte: Pimentel (2010, p. 527)*

Neste sentido, baseado no modelo de Inteligência Afetiva, ganha mais importância o momento em que o eleitor vive e a realidade contextual, ou seja, a situação econômica do País passa a ser o principal elemento. Se há uma crise econômica, com elevação do desemprego, inflação tende a levar ansiedade, já por outro lado, se existe prosperidade, com empregos e poder de compra, os eleitores tendem a ficar mais entusiasmados com os governantes.

O que esse modelo argumenta, portanto, é que a avaliação retrospectiva não é puramente racional. Eleitores não precisam estar conscientes das realizações do governo para compreender que a situação do País é melhor ou pior e nem verbalizar as razões disso. Esse comportamento pode se dar meramente por uma intuição afetiva, de modo que, se a situação vai bem, sentimentos de entusiasmo são engendrados, enquanto que se a situação vai mal, o sentimento de ansiedade aumenta. (PIMENTEL, 2010, p. 528)

No estudo apresentado, 82% dos eleitores ouvidos já haviam “decidido em quem votar há muito tempo”, o que demonstra uma tendência de que quanto maior é o entusiasmo por

Lula, mais cedo teria sido feita esta definição de voto. Por outro lado, quanto maior a ansiedade, mais tarde é definido o voto. Isso reforça a dificuldade do candidato de oposição ser reconhecido pelo grande público e conseguir alcançar os sentimentos dos eleitores, em outras palavras: “não basta que haja ansiedade em relação ao governante para que os eleitores decidam mudar o voto, é preciso também que haja entusiasmo em relação aos desafiantes”, aponta Pimentel (2010, p.533)

Marcus (1984) destaca que a primeira barreira vencida foi a de estabelecer que as emoções eram dignas de estudo e que poderiam acrescentar um modelo para compreensão dos fenômenos políticos. Ele desenvolveu a teoria da inteligência afetiva que afirma que “o impacto da emoção é amplamente funcional e racional. Igualmente importante, explica como a emoção controla a maneira como os eleitores fazem julgamentos políticos” (MACKUEN et.al, 2007, p.126).

A teoria apresenta duas estratégias disponíveis para a decisão e que podem ser utilizadas de acordo com a situação. A primeira diz respeito a situações em que há alguma familiaridade com o tema e que a decisão acaba recaindo em modelos já aprendidos e realizados.

As pessoas em situações de escolha familiares e recorrentes podem contar com as mesmas estratégias de tomada de decisão que usaram no passado, pois muitas vezes o sucesso prediz o sucesso futuro. Além disso, o homem ágil e hábil da interação social e comportamental depende de modos de articular fala e ação. É caro e desnecessário usar o tempo e o esforço necessários para chegar a uma decisão por meio de um cálculo explicitamente racional quando a mesma decisão precisa ser tomada repetidamente no mesmo ambiente (MACKUEN ET AL, 2007, p.127)

Esse modelo parte da premissa de que o candidato de determinado partido, seja ele republicano ou democrata, adotam as mesmas posições políticas ao longo do tempo, não haveria necessidade de aprender algo novo sobre o novo candidato. Neste caso, a escolha recairia sobre a identificação com o partido, do qual o eleitor já possui amplo contato. Para Mackuen et al. (2007) “Em tais situações, o que funcionava antes, o que fica embutido na heurística de escolha, opera para nos valer rapidamente de escolhas anteriores que provavelmente serão tão eficazes no presente quanto foram no passado”.

O segundo ponto é para quando o indivíduo se encontra em uma situação nova ou inesperada. Neste caso, quando não há possibilidade de buscar nas rotinas já praticadas, o eleitor buscaria informações complementares, dentro de um de uma racionalidade para reduzir a ansiedade promovida pela necessidade de escolha. O “aumento da ansiedade nos diz que estamos entrando na geografia da incerteza” (Mackuen et al, 2007, p.127). Com mais informações apropriadas, é possível chegar a “Ausência de ansiedade nos diz que estamos no

reino do seguro e familiar e que podemos confiar em ações passadas que, como antes, administraram nossas vidas com sucesso” (Mackuen et al, 2007, p. 127)

Portanto, os eleitores são sofisticados na medida em que mudam da confiança na heurística para julgamentos ponderados quando as condições mudam de certas e familiares para incertas. E é racional que os eleitores voltem a confiar na heurística quando as condições voltarem ao normal. Segue-se, portanto, que a sofisticação do eleitor compreende a capacidade de confiar em predisposições nas circunstâncias apropriadas, bem como a capacidade de abandoná-las em outras circunstâncias apropriadas. (MACKUEN ET AL - 2007, p.129)

Segovia e Gamboa (2020) estudaram a influência dos sentimentos no processo eleitoral do Chile de 2017, associando as emoções com os votos do candidato Sebastian Piñera, aliando outros dois fatores, que são a identificação partidária e a avaliação de governos anteriores. Eles apontam ainda algumas características da campanha desenvolvida, com imagens e símbolos para despertar o orgulho nacional, como bandeiras e cores neste sentido. O slogan adotado pela campanha também foi muito sugestivo: "Levantem seus corações... tempos melhores estão chegando..." Piñera venceu o primeiro turno com 36,6% dos votos e no segundo turno chegou a 54,7% dos votos.

Para identificar as emoções, foi elaborada a seguinte questão: “Durante a campanha, com que frequência você diria que sentiu [com medo / zangado / otimista / orgulhoso] de Sebastián Piñera, por causa do tipo de pessoa que ele é, ou por causa de algo que ele fez?” (Segovia e Gamboa, 2020, p.463). O resultado foi que 73% dos entrevistados conseguiram classificar algum tipo de emoção em relação ao candidato. Sendo que 29% sentiram medo, 41% raiva, 40% otimismo e 32% orgulho. A probabilidade de votar em Piñera é maior para quem possui um sentimento de otimismo do que um eleitor que tem raiva.

De acordo com os resultados do estudo, as emoções despertadas estão relacionadas com a decisão do voto. A probabilidade de votar no candidato diminuía se o eleitor tivesse sentido medo ou raiva durante a campanha e aumentava se sentisse orgulho ou otimismo.

Assim, os resultados indicam que as emoções com a associação mais forte com o voto são a raiva e otimismo, e que o medo e o orgulho são menos importantes. Esses resultados são interessantes se considerarmos, por um lado, a direcionalidade das emoções e, por outro, a temporalidade em que se baseiam. Os resultados indicam que ambas as emoções positivas (tais como otimismo) e emoções negativas (como raiva) em relação aos candidatos afetam a probabilidade de votar neles. (SEGOVIA e GAMBOA, 2020, p.468)

Jaraiz, Lagari e Pereira (2020) destacam, por outro lado, a dificuldade por conta dos mais diferentes estudos indicarem diferentes tipos de emoções para serem estudadas. Há teóricos que apontam para existência de 5 até 16 emoções básicas, o que leva o debate para o campo da semântica na identificação das emoções.

“Um dos primeiros obstáculos com que nos deparamos neste terreno, na hora de abordar a medição das emoções, é que não existe acordo no âmbito da psicologia



cognitiva, e muito menos na ciência política, sobre quais são as emoções que se devem medir para explicar o comportamento político. As propostas de ambas áreas de conhecimento são inúmeras”. (SEGOVIA e GAMBOA, 2020, p.468)

Isso fez com que adotassem modelos e adaptassem os questionários para compreender a melhor forma de entender os sentimentos. Na primeira abordagem com esse modelo, em 2015, utilizou nove sentimentos (Orgulho, Medo, Esperança, Ansiedade, Entusiasmo, Raiva, Tranquilidade, Ódio e Desprezo), complementando o sentimento era questionada a intensidade numa escala de 0 a 10, sendo zero nenhuma e 10 muita. Já na segunda abordagem aumentou para 13 sentimentos listados (Orgulho, Medo, Esperança, Ansiedade, Entusiasmo, Raiva, Tranquilidade, Ódio, Desprezo, Preocupação, Ressentimento, Amargura e Desgosto) e reduziu a escala de intensidade, indo de 1 a 5, sendo 1 nenhuma e 5 muita intensidade.

Watson, Clarck e Tellegen propuseram, em 1988, uma estrutura de afeto delimitando os campos entre Afetos Positiva e Afetos Negativa (FRANCIS, 2021; ZANON et all, 2013; CARVALHO et all, 2013), chegando a escala PANAS (Escala de Afetos Positivos e Negativos), com o objetivo de captar a dimensão subjetiva do sujeito. Este constructo foi validado e aprovado por uma série de pesquisadores brasileiros (ZANON et all, 2013; CARVALHO et all, 2013; NUNES et all, 2019).

Os Afetos Positivos representam um estado de energia e prazer, no outro sentido, Afeto Negativo em alta representam a presença de tristeza e angústias (Watson, Clarck e Tellegen, 1988), captando desta forma a subjetividade do sujeito. Inicialmente com 60 termos, os autores reduziram para 12 afetos positivos e 25 negativos com o objetivo de reduzir a carga secundária dos termos. Por isso, chegaram a lista com 10 afetos para cada um dos campos, seguido de uma escala de intensidade, variando de 1 a 5. Na versão adaptada à realidade brasileira, Pires, Figueiras, Ribas e Santana (2013) apresentaram e validaram um modelo, que busca facilitar a compreensão dos termos utilizados diante do cenário cultural, social e econômico brasileiro.

**Quadro 1 - Escala de Afetos Positivos e Negativos - PANAS**

Afetos Positivos	Afetos Negativos
Alegra	Anosiedade
Excitação	Vergonha
Tranquilidade	Ira
Atividade	Confusão
Orgulho	Ansiedade
Entusiasmado	Medo
Atento	Inibido
Animado	Nervoso
Determinado	Chateado
Interessado	Arrepiado

Fonte: Pires, Figueiras, Ribas e Santana (2013)

A partir desta referência para estudar o sentimento relacionado ao bem-estar também foram desenvolvidos estudos que acompanham os afetos dos usuários frequentes e infrequentes de videogame (FRANCIS, 2021) e avaliação da experiência emocional de espectadores de Live Streaming Concert (BASTOS, MARGOLI e PROVIDÊNCIA, 2021). Desta forma, mostraram a viabilidade de compreender as emoções após a exibição de vídeos específicos, como forma de avaliar, de uma forma geral, qual o sentimento após a exibição de estímulos específicos.

Marcus et. all (2017) desenvolveu marcadores reduzindo o campo de possibilidades para uma medida positiva e outra negativa, sendo esta composta por dois campos de ansiedade e raiva, com diversas palavras, para buscar a auto-resposta afetiva. A teoria explica que a diferença entre ansiedade e raiva está no fato da primeira permitir a busca por mais informações com o objetivo de tomar a decisão. Por outro lado, a raiva reforça a confiança do julgamento para aquele ponto.

O estudo foi desenvolvido a partir da leitura de três histórias, na qual o entrevistado necessitava escolher a resposta que mais representava seu estado emocional, com uma escala que ia de extremamente a nenhum pouco. Para provocar ansiedade, foi desenvolvida uma história sobre a possibilidade de células adormecidas de terroristas em solo americano. A segunda história descrevia um programa positivo de proteção de fronteira pensado para obter entusiasmo e a terceira era sobre a vida de Osama Bin Laden e os ataques contra os EUA, com o objetivo de gerar aversão. O estudo se mostrou confiável.

**Quadro 2 - Marcadores emocionais semânticos**

<b>Marcedas</b>	<b>Palavras utilizadas</b>
Entusiasmo	entusiasmo, entusiasmo, entusiasmo e entusiasmo
Ansiedade	medo, ansiedade e preocupação
Raiva	raiva, raiva, raiva e raiva

Fonte: Marcus (2017)

Haute e Close (2020) desenvolveram o primeiro estudo sobre as emoções e a intenção de voto com os eleitores da Bélgica em 2019, aproveitando o pleito que seria realizado nas regiões de Flandres e Valônia. Eles investigaram as emoções positivas e negativas diante dos partidos, de forma a compreender o que motivou os eleitores a sair de casa para ir votar, já que o voto não é obrigatório, e quais emoções levam às decisões tomadas pelos eleitores.

Para a pesquisa foram analisadas oito emoções em relação ao comportamento eleitoral: quatro negativas (raiva, amargura, preocupação e medo) e quatro positivas (esperança, alívio, alegria e satisfação). De acordo com os autores, foi possível encontrar “padrões emocionais diferentes nas escolhas partidárias e, mais importante, descobrimos um efeito significativo das emoções, especialmente as negativas, mesmo quando controlamos outros determinantes” (Haute e Close, 2020, p. 353).

Entre as conclusões está a de que o indivíduo pode experimentar diversas reações afetivas, como medo, raiva, entusiasmo de forma multidimensional com intensidades diferentes. E, para cada sentimento, foi identificada uma consequência comportamental específica.

Algumas emoções, como o entusiasmo, mobilizariam os eleitores a sair e votar. Outras emoções, como a ansiedade, levam os eleitores a prestar mais atenção na campanha e obter informações. Essa abordagem tem sido amplamente aplicada ao estudo do voto de protesto. Por exemplo, a análise das emoções e do apoio partidário de extrema direita foi motivada pelo fato de que a retórica desses partidos visa justamente ativar o medo e a raiva das pessoas em relação a vários tipos de ameaças. (HAUTE E CLOSE, 2020, p. 355)

Entre os resultados obtidos da pesquisa realizada por Haute e Close (2020), por exemplo, está o fato de que a raiva aumenta o apoio à direita radical e o medo diminui este mesmo apoio, dimensionando para cada um dos sentimentos uma reação.

As descobertas confirmam estudos anteriores que sugerem que sentimentos negativos, especialmente raiva e medo, constituem os principais impulsionadores de apoio aos partidos de extrema direita (no nosso caso, o VB). Mas também mostram que a falta de esperança também pode ser importante. Além disso, descobrimos que as emoções negativas e a falta de emoções positivas também podem provocar apoio a partidos radicais de esquerda – embora em menor grau. (HAUTE E CLOSE, 2020, p. 372)

Como a pesquisa coletou dados das emoções no período pré e pós-eleitoral foi possível acompanhar o sentimento dos eleitores com os resultados apurados pelos pesquisadores em dois momentos diferentes, incluindo o sentimento pós eleitoral, quando todos já sabem e aceitam o resultado. Vale destacar as diferentes dinâmicas encontradas nas duas regiões nos quais foram utilizadas como amostra para o estudo.

Os resultados das eleições na Flandres tornou os eleitores do VB mais positivos e menos negativos, enquanto o resultado político da eleição aumentou o medo e diminuiu os sentimentos positivos entre os eleitores do partido 'pilar' e eleitores de Groen. Assim, o sucesso eleitoral deste radical partido de direita pode não apenas ter afetado as emoções de seus eleitores, mas potencialmente impactou nos sentimentos dos eleitores de outros partidos – embora não tenhamos testado diretamente se as emoções mudaram como resultado da percepção dos eleitores de seu próprio partido ou outras partes ganhando ou perdendo. Na Valônia, a maioria de esquerda que saiu da eleição no parlamento regional aumentou a satisfação e a esperança entre eleitores de dois partidos de esquerda: PTB e PS – embora o Partido Socialista sofreu um revés histórico em 2019. (HAUTE E CLOSE, 2020, p. 372)

Como forma de ampliar o conhecimento dos sentimentos e como eles impactam nas definições eleitorais, Haute e Close (2020, p. 373) estimula a realização de pesquisas que busquem compreender um pouco mais as atitudes, por isso “Defendemos que as emoções em relação à política devem ser incluídas de forma mais sistemática em pesquisas de opinião e estudos eleitorais, pois têm o potencial de captar sentimentos mais voláteis e contextualizados em relação à política”, argumentam.

Outro aspecto importante está relacionado aos afetos que são lembrados com as informações que ficam armazenadas na memória do indivíduo, isto é importante porque atribui um valor emocional à informação. Civettini e Redlawsk (2009, p. 137), desenvolveram uma eleição simulada para estudar os efeitos da campanha e as emoções, e os resultados apontaram que “o afeto e o humor também podem ter um impacto na memória nos estágios de codificação, consolidação e recuperação”.

A diferença entre estímulos negativos e neutros é reforçada pela atenção dividida (Kern et al., 2005), sugerindo que em um ambiente informacional complexo, uma eleição e campanha, por exemplo, indivíduos exibiram fortes diferenças entre a recordação de experiências neutras e negativas em formação. Algumas dessas pesquisas descobrem que as emoções negativas têm um efeito mais forte na recordação do que emoções positivas. (CIVETTINI e REDLAWSK, 2009, p. 137)

Na pesquisa, avançaram no sentido de entender se havia uma resposta afetiva às informações que encontraram na memória. Surpreendente 80% dos entrevistados atribuíram algum sentimento às informações quando se trata de campanha eleitoral, o que assegura a participação da afetividade no processo cognitivo.

Nossos 101 indivíduos que foram questionados sobre seu afeto imediatamente após a visualização das informações relataram sentir-se entusiasmados, ansiosos ou irritados em cerca de 38% de todos os itens; para os outros 62%, eles relataram “nenhum sentimento”. Mas quando consideramos apenas os itens que os sujeitos

reconheceram durante a recordação, cerca de 53% geraram uma resposta afetiva. Finalmente, quando pedimos aos sujeitos que nos dissessem sua resposta afetiva às suas memórias, quase 80% de todas as memórias vieram com uma resposta afetiva. (CIVETTINI e REDLAWSK, 2009, p. 137)

No entanto, não foi encontrada nenhuma diferença no estudo de Civettini e Redlawsk (2009) se o relato gera entusiasmo ou ansiedade, emoções consideradas opostas entre positivo e negativo, mas em ambos os casos os pesquisados estão mais propensos a lembrar um item que tenha gerado alguma das duas reações afetivas, do que algo que gere uma reação neutra.

Nossa expectativa com a literatura era que informações negativas seriam mais propensas a serem lembradas do que positivas, mas na medida em que ansiedade e entusiasmo representam negativo e positivo, não encontramos diferença real entre eles, e até mesmo uma probabilidade um pouco maior de lembrar entusiasmo gerando informações. No entanto, os itens que geraram raiva foram muito mais propensos a serem relatados como memórias do que aqueles que geraram entusiasmo ou ansiedade. Esses resultados iniciais em nível global certamente questionam se a ansiedade tem um papel especial na recuperação da memória. (CIVETTINI e REDLAWSK, 2009, p. xxx)

O processo de escolha, seja de um candidato ou um sorvete, são permeados de emoções. Um discurso que afete uma categoria profissional, que gere angústia ou medo, pode interferir na definição do candidato. Em comum, os estudos mostram que sentimentos positivos no passado, podem levar a uma ação semelhante no futuro. As emoções contribuem nesta definição. Como visto diversas teorias são descritas para compreender e conhecer as emoções. No trabalho de campo, utilizamos o modelo PANAS, já aplicado no Brasil em outros estudos.

#### 4.1.2 EXPRESSÕES FACIAIS E EMOÇÕES

Como visto, as emoções exercem um importante papel no comportamento do sujeito. De acordo com Ekman (2003, p.36), as emoções possuem um papel importante no cotidiano, pois são elas que “normalmente ocorrem quando sentimos, justificadamente ou por engano, que algo que afeta seriamente nosso bem-estar, para melhor ou pior, está acontecendo ou prestes a acontecer”, por isso, as emoções estariam ali para “nos preparar para lidar rapidamente com eventos essenciais de nossas vidas”. A fala não é a única forma do corpo capaz de expressar respostas a estímulos variados. A principal linha de estudos a respeito das emoções, dentro da comunicação não verbal, aponta as expressões faciais como um meio confiável para obter esse tipo de informação, tendo como base os estudos desenvolvidos e consolidados por Paul Ekman a partir do final da década de 60.

De acordo com Ekman e Rosenberg (2005), a possibilidade de detectar as emoções pela face era um tema que havia recebido pouca atenção da psicologia por alguns fatores: as

pesquisas iniciais, somente depois foram encontradas falhas metodológicas, sugeriram que o rosto não forneceria informações precisas sobre emoção; o behaviorismo desencorajou pesquisas neste caminho; não havia ferramentas que permitissem a medição e o acompanhamento de forma adequada das expressões faciais.

Como as primeiras pesquisas psicológicas sugeriram que o rosto não fornecia informações precisas sobre estados internos, foi considerado um empreendimento inútil estudar as expressões faciais. Além disso, se alguém continuasse estudando o rosto para obter informações sobre emoção (que é o principal domínio em que a expressão facial tem sido estudada dentro da psicologia), corria o risco de ser expulso pela corrente behaviorista. Não somente estava realizando pesquisas sobre estados internos desprezados durante a primeira parte do século 20, como uma decisão de fim de carreira. Vários eventos ocorreram nos anos 60 e 70 que trouxeram de volta a expressão facial para a pesquisa psicológica. (EKMAN E ROSENBERG, 2005, p11)

O trabalho transcultural desenvolvido por Ekman permitiu uma nova perspectiva sobre as revelações dos estados emocionais a partir das expressões faciais. O principal resultado foi a de que povos e culturas diversas e pré-letradas possuem um conjunto básico de expressões faciais associadas a certas emoções que podem ser identificadas por todos. Vale ressaltar que a hipótese inicial do seu trabalho era justamente refutar o argumento de Charles Darwin, em *A expressão das emoções no homem e nos animais* (1872), de que o rosto comunica emoções compreensíveis aos demais, independentemente, da cultura.

Ekman acreditava que as emoções variavam em uma escala de agradável a desagradável e que a expressão facial e o que ela significa são aprendidos socialmente. Em outras palavras, propôs que o significado de cada expressão facial varia de uma cultura para outra. Ekman e colaboradores (1969) testaram essa hipótese na Argentina, no Brasil, no Chile, no Japão e nos Estados Unidos. Descobriram que a hipótese de Ekman estava errada e que Darwin estava certo. (GAZZANIGA, HEATHERTON E HALPERN, 2018, p. 419)

Realizado no final da década de 60, o experimento apresentou fotografias de diferentes expressões emocionais da face para voluntários dos Estados Unidos, Japão, Chile, Argentina e Brasil e a partir das imagens, os pesquisados tinham que escolher uma das seis palavras primárias que expressassem a emoção a qual estava na imagem entre raiva, medo, nojo, felicidade, tristeza e surpresa. Com isso, ele conseguiu identificar que a avaliação feita pelos voluntários foi exatamente a mesma independente das diferenças de língua e cultura. Para reforçar esse achado, e controlar a possível interferência de contato entre culturas por meio da televisão e do contato dos centros urbanos, eles aplicaram o mesmo teste em uma tribo distante e sem contato com a civilização na Nova Guiné. Neste caso, o experimento sofreu algumas alterações metodológicas para que fosse realizado com sucesso.

Na Nova Guiné, mostramos à pessoa três fotografias ao mesmo tempo, pedimos a um tradutor que lesse uma história emocionante, como "A mãe de uma pessoa morreu", e pedimos ao observador que apontasse para a fotografia que se encaixasse na história. Descobrimos que essas pessoas selecionavam o mesmo rosto para a mesma emoção que as pessoas em todas as outras culturas que estudamos. Houve apenas uma exceção: os nova-guineenses não conseguiram distinguir entre as expressões faciais de medo e surpresa. (EKMAN e FRIESEN, 2003, p.26)

Após as primeiras descobertas, o estudo desta área do corpo começou a ser aprofundado por vários pesquisadores, permitindo descobertas e um novo campo de estudo, com sucessivos trabalhos e acrescentando-se novas ferramentas e instrumentos para a coleta de dados, dando uma nova característica à pesquisa das emoções pelas expressões faciais.

Na década de 1970, a eletromiografia foi aplicada ao estudo do comportamento facial espontâneo, e atividade em grupos musculares foi examinado em relação a uma variedade de fatores psicológicos. Variáveis, como diagnóstico em grupos psiquiátricos e classificações de humor (Schwartz, Fair, Salt, Mandel, & Klerman, 1976) e processos cognitivos sociais (Cacioppo & Petty, 1979). Esquemas de codificação observacional também foram desenvolvidos, o mais notável entre eles o Facial Action Coding System (FACS; Ekman & Friesen, 1978) e Izard (1979) sistema de codificação de movimento facial maximamente discriminativo (MAX). A disponibilidade desses sistemas facilitou muito o trabalho de expressão facial e emoção, assim como o interesse geral na psicologia da emoção nas últimas duas décadas. (EKMAN E ROSENBERG, 2005, p12)

O trabalho pioneiro de Ekman chegou à conclusão de que as emoções são expressas involuntariamente pela face e que algumas delas são universais, ou seja, presentes em todas as culturas. Os estudos foram realizados em diversas partes do mundo, com culturas diferentes, e com uma tribo sem qualquer contato com a cultura ocidental e os tradicionais meios de comunicação como a televisão. A realização de estudos similares desenvolvidos posteriormente permitiu, ainda, confirmar o resultado obtido pelos autores.

Pesquisas posteriores encontraram apoio geral para uma concordância intercultural na identificação de algumas expressões faciais; o apoio é mais forte para a felicidade e mais fraco para o medo e o nojo (Elfenbein & Ambady, 2002). Alguns estudiosos acreditam que os resultados desses estudos interculturais podem ter sido influenciados por diferenças culturais nas palavras usadas para descrever a emoção e pela maneira como as pessoas são convidadas a identificar as emoções (Russell, 1994). Em geral, porém, as evidências indicam que algumas expressões faciais são universais. (GAZZANIGA, HEATHERTON E HALPERN, 2018, p. 419)

O aprofundamento dos estudos neste setor levou a Ekman e Friesen ao desenvolvimento do FACS (Facial Action Coding System - Sistema de Codificação de Ação Facial), um complexo sistema que trabalha com a análise dos músculos faciais, assim como os movimentos que podem ser realizados e as combinações que podem ser associadas, aos quais refletem uma das emoções apontadas pelo trabalho.

O Sistema de Codificação de Ação Facial (Ekman & Friesen, 1978; Ekman, Friesen & Hager, 2002) é um sistema abrangente de base anatômica para medir todo o movimento facial. A FACS descreve todas as atividades faciais visualmente distinguíveis com base em 44 unidades de ação únicas (UAs), bem como várias categorias de chefes e posições e movimentos dos olhos. (EKMAN E ROSENBERG, 2005, p13)

Cabe ressaltar, como aponta Ekman, quando a emoção é forte acontecendo de forma repentina, a memória posterior do episódio sobre o sentimento não será precisa. Para explicar esta questão, ele utiliza o exemplo de um motorista de carro que repentinamente precisa adotar alguma medida de forma extremamente rápida para evitar um grave acidente. Neste caso, o motorista não conseguiria saber quais processos foram envolvidos no cérebro para identificar o perigo iminente. Ekman (2003, p.36) esclarece que o motorista em situação semelhante “saberia que virou o volante e pisou no freio, mas provavelmente não perceberia que uma expressão atravessou seu rosto. Você teria sentido algumas das sensações em seu corpo, mas seria difícil encontrar palavras para descrevê-las”.

Outra vantagem da coleta de informações por meio das expressões faciais é dela representar o que realmente se passa no íntimo das pessoas, sem que haja uma ponderação daquilo que se está sentindo. Para entendimento interpessoal, dentro da comunicação não-verbal, gestos, expressões faciais e até o silêncio possuem um grande poder de influenciar o interlocutor. Por isso, o não-verbal é considerado “o meio de comunicação mais importante nas relações interpessoais. As nossas expressões faciais são a forma mais comum de exteriorização de emoções e de expressão dos estados de espírito” (VIANA, 2014, p.168). Gazzaniga, Heatherton e Halpern (2018) destacam que como os seres humanos são animais sociais, muitas das emoções envolvem essas relações, como “as pessoas se sentem feridas quando importunadas, com raiva quando insultadas, felizes quando amadas e orgulhosas quando elogiadas”, desta forma utilizam as expressões emocionais como um poderoso meio de comunicação não verbal.

Embora isoladamente a língua inglesa inclua mais de 550 palavras que se referem a emoções (Averill, 1980), as pessoas podem comunicar suas emoções muito bem sem a linguagem verbal. Por exemplo, como as crianças não podem falar, elas precisam comunicar suas necessidades em grande parte por meio de ações não verbais e expressões emocionais. Os recém-nascidos são capazes de expressar alegria, interesse, nojo e dor. As expressões não verbais das emoções sinalizam estados interiores, humores e necessidades. Pode-se até argumentar que os seres humanos são uma espécie social porque as emoções possibilitam que as pessoas vivam juntas. (GAZZANIGA, HEATHERTON E HALPERN, 2018, p. 421)

Sobre a possibilidade de esconder os sentimentos pelas expressões faciais, Ekman cita a possibilidade de um cão ir na direção de uma vítima, com aparência feroz, latindo e



chegando com rapidez. Esse momento, naturalmente, vai gerar medo, com a aceleração do coração, a respiração ofegante, além de outras mudanças que vão ocorrendo no corpo e os músculos faciais são acionados automaticamente, sem que haja qualquer pensamento para fazer determinada expressão para aquele momento.

É muito mais fácil inibir o que você revela em suas palavras do que o que você revela em seu rosto. Uma razão já foi mencionada - a velocidade da expressão facial. Mas há uma razão mais importante. As expressões faciais que são desencadeadas durante a experiência de uma emoção são involuntárias (embora possam sofrer interferências), e as palavras não são. (EKMAN e FRIESEN, 2003, p.136)

A partir de estudos que apontaram a importância das expressões faciais para compreensão das emoções, o desenvolvimento da tecnologia permitiu ampliar os estudos com a utilização de equipamentos de informática. Isso garantiu o cruzamento de centenas de informações ao mesmo tempo e avançar ainda mais na identificação de componentes vitais para compreender esse processo. Com a nova tecnologia, foi possível verificar como se dão os movimentos e entender as emoções que acontecem de forma extremamente rápida, acompanhando os movimentos de dezenas de músculos ao mesmo tempo.

Nos últimos anos, com a ajuda de equipamentos informáticos específicos, demonstrou-se que o rosto humano é capaz de expressar cerca de 10 000 formas diferentes de emoções, com a utilização de apenas 43 a 46 músculos faciais, e podem ocorrer num quarto de segundo (Freitas-Magalhães 2009a: 99). Outros investigadores do Centre for Cognitive Neuroimaging, liderados por Phillippe Shyns, demonstraram que o cérebro humano demora apenas até 200 milissegundos a reunir toda a informação que necessita de uma expressão facial para determinar o estado emocional de uma pessoa e que o cérebro começa por observar os olhos da pessoa, depois processa o rosto inteiro antes de examinar determinadas características que lhe sirvam de diagnóstico, como por exemplo, os olhos abertos numa situação de medo ou uma boca sorridente. (VIANA, 2014, p. 170)

O avanço da tecnologia permitiu uma nova revolução, que é a utilização de equipamentos tecnológicos para fazer a identificação adequada, a partir dos estudos já apresentados. Duas abordagens são realizadas pela maior parte dos sistemas: a primeira avalia o reconhecimento do estado afetivo ou da emoção e a segunda analisa a movimentação muscular, responsáveis pelas mudanças sutis nas características faciais.

Enquanto a análise do significado facial é capaz de distinguir um conjunto predefinido de expressões faciais, a análise dos sinais faciais pode utilizar o sistema FACS, por exemplo, para identificar diferentes expressões pela decomposição em UAs. Como as Unidades de Ação representam movimentos musculares faciais que independem de qualquer interpretação cultural, elas podem ser utilizadas para a identificação das seis emoções básicas. (LIBRALON, 2014, p.35)

O Sistema FACS é composto por uma combinação de movimentos específicos dos músculos faciais, que contempla olhos, sobrancelhas, queixo, nariz e boca, e combina movimentos da cabeça. O processamento de todos os elementos para ser realizado apenas pelo olho humano, por mais treinado que fosse, pode incorrer em dificuldades para verificação. O uso de softwares, dotados de inteligência artificial, que fazem esta leitura e a análise, permitem alcançar resultados mais assertivos como vem demonstrando as pesquisas. A partir da combinação dos movimentos da musculatura e da pele “é possível obter o estado emocional de uma pessoa e, assim, ajustar um sistema computacional para que apresente comportamento apropriado” (LIBRALON, 2014, p.38)

Na vida cotidiana, oclusões e detecções imprecisas dos elementos característicos da face, dentre diversos outros fatores, afetam o reconhecimento. Mais importante, ainda, é o fato de que os seres humanos não são bons em reconhecer diversas expressões faciais de emoção, mesmo sob condições favoráveis (Du and Martinez, 2011). Os seres humanos facilmente reconhecem expressões de alegria e surpresa, independente das condições ou resolução da imagem. No entanto, não são muito bons em reconhecer a raiva e a tristeza e são ainda piores com as expressões de medo e aversão. (LIBRALON, 2014, p.38)

É possível coletar as informações sobre emoções questionando ao pesquisado sobre o que ele está sentindo, com uma lista de adjetivos ou coletar esta mesma informação sem que ele seja questionado a respeito, utilizando as micro expressões faciais dentro de seis famílias de emoções: (ira/raiva, aversão/repulsa, medo, alegria, tristeza e surpresa). As “expressões faciais de emoção podem fornecer informações precisas sobre o início de estados emocionais agradáveis ou desagradáveis” (EKMAN e OSTER, 1979, p. 131).

Denominei microexpressões — movimentos faciais muito rápidos, que duram menos de um quinto de segundo — são fonte importante de escapamento, revelando uma emoção que a pessoa está tentando ocultar. Uma expressão falsa pode ser denunciada de diversas maneiras: em geral, é levemente assimétrica e carece de uniformidade da forma que flui de vez em quando da face. (EKMAN, 2003, p.32)

Um aspecto importante ressaltado por ele trata-se do viés adotado não para entender as emoções e seus motivos, mas pelo contrário, de buscar informações que possam reforçar e confirmar o que foi sentido.

As emoções mudam nossa forma de ver o mundo e de interpretar as ações das outras pessoas. Não procuramos descobrir por que sentimos determinada emoção. Em vez disso, procuramos confirmá-la. Avaliamos o que está acontecendo de forma consistente com a ocasião, justificando e mantendo a emoção. Em diversas situações, isso pode ajudar a concentrar nossa atenção e orientar nossas decisões a respeito de como reagir aos problemas próximos, compreendendo o que está em jogo. (EKMAN, 2003, p. 56)

Outros estudos, como apresentado por Gazzaniga, Heatherton e Halpern (2018, p.420), comprovam a demonstração de emoções, independentemente da cultura. O rubor-facial representa, por exemplo, um pedido de desculpas, como “um reconhecimento do erro social

não intencional” (2018, p.422). Um dos estudos é da psicóloga Jéssica Tracy que tem estudado o orgulho. Em um dos estudos, Tracy e David Matsumoto (2008) encontraram as respostas de orgulho, com peito estufado e braços para cima, entre aqueles que competiram em partidas de Judô nos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2004. Os comportamentos dos atletas cegos e não cegos eram muito semelhantes.

Como vimos, as emoções básicas, como o orgulho, parecem ser expressas de maneira similar entre as culturas. Contudo, as situações em que as pessoas exibem emoções são substancialmente diferentes. As normas de expressão governam como e quando as pessoas exibem emoções. Essas regras são aprendidas por meio da socialização e ditam quais emoções são adequadas em situações específicas. As diferenças nas normas de expressão ajudam a explicar os estereótipos culturais, como os ruidosos e desagradáveis norteamericanos e australianos, os frios e sem graça britânicos e os sangue-quente e emocionais italianos.(GAZZANIGA, HEATHERTON e HALPERN, 2018, p. 420)

Com a presença marcante das emoções no sujeito, o uso da tecnologia tornou-se um importante instrumento para cruzar dados e apresentar resultados muito satisfatórios. Com isso, a tecnologia tornou-se uma aliada para compreender as emoções humanas.

#### 4.2 DIÁLOGO POSSÍVEL PSICANÁLISE E NEUROCIÊNCIA

A neurociência é um ramo novo de pesquisa para compreensão de fenômenos do comportamento e biológicos, possível a partir do desenvolvimento de novas tecnologias e ferramentas que permitem a melhor observação das funções do corpo humano. A partir dela, diversas ferramentas foram desenvolvidas para monitorar o cérebro durante a execução de tarefas ou durante o pensamento. Isso permitiu entender quais áreas do cérebro são utilizadas e em que processo e em que momento isso acontece. Ventura (2010, p.1) destaca que a neurociência estuda “o sistema nervoso e suas ligações com toda a fisiologia do organismo, incluindo a relação entre cérebro e comportamento”. Nesse contexto, fariam parte “o controle neural das funções vegetativas” e “das funções sensoriais e motoras, da locomoção, reprodução, alimentação e ingestão de água, os mecanismos da atenção e memória, aprendizagem, emoção, linguagem e comunicação, são temas de estudo da neurociência”.

Na esteira desse processo, surgiu um novo campo de conhecimento interdisciplinar com o Marketing, Neurociência e Psicologia, por alguns de neuromarketing ou neuroeconomia (Lima, Cohen e Schulz, 2016), (Dias, 2012), citada como a aplicação das técnicas de neurociência para investigar o comportamento do consumidor. O principal caminho percorrido tem sido o de observar as respostas fisiológicas diante dos estímulos do marketing, entre eles imagem por ressonância magnética funcional (IRMf),

eletroencefalografia (EEG), eye-tracking, batimentos cardíacos, expressões faciais, entre outros.

(...)define-se o neuromarketing como sendo a aplicação de técnicas neurocientíficas, com o objetivo de compreender o comportamento do consumidor diante das estratégias de Marketing, não se limitando ao que é descrito através do discurso explícito, mas também as reações emocionais, as respostas fisiológicas e o discurso implícito. Trata-se, desta maneira, de uma ferramenta de pesquisa importante para o Marketing na sua missão precípua de entender o comportamento do consumidor. (LIMA, COHEN E SCHULZ, 2016, p. 3)

Alguns autores, como Gazzaniga, Heatherton e Halpern (2018, p. 368) entendem a importância dessas ferramentas, mas indicam, ainda assim, o rigor científico: “Embora nas últimas duas décadas tenhamos aprendido uma quantidade enorme com as pesquisas em neurociência, a tradução desses achados às aplicações diárias precisa ser guiada por uma avaliação cuidadosa e um procedimento científico”.

Desde o final da década de 1980, os pesquisadores têm conseguido estudar o cérebro em atividade durante a execução de suas funções psicológicas vitais. Os cientistas conseguem fazer isso graças aos métodos de imagem cerebral, como a imagem de ressonância magnética funcional (IRMf). O progresso do conhecimento da base neural da vida mental tem sido veloz e drástico. Saber onde alguma coisa acontece no cérebro é uma informação em si pouco reveladora. Entretanto, quando padrões consistentes de ativação cerebral são associados a tarefas mentais específicas, a ativação parece estar conectada com essas tarefas. Por mais de um século, os cientistas discordaram quanto aos avanços psicológicos estarem localizados em partes específicas do cérebro ou distribuídos por todo o órgão. Pesquisas esclareceram que há certo grau de localização da função. Ou seja, algumas áreas são importantes para sentimentos, pensamentos e ações específicas. (GAZZANIGA, HEATHERTON E HALPERN, 2018, p.21)

Hoje, o espaço está mais aberto para uma articulação entre psicanálise e neurociência, relação esta que já foi muito mais distante e separada entre as disciplinas. A articulação entre as duas áreas vem sendo possível para aprofundamento do debate, inclusive, para confirmação de temas correlatos. O ponto de partida foi o pesquisador de neurociências Eric Kandel, vencedor do prêmio nobel de Medicina ou Fisiologia em 2000, por descobertas de transmissão de sinais entre células nervosas no cérebro humano, que iniciou a possibilidade do diálogo entre as matérias, de forma a suscitar o debate produtivo.

No seu trabalho, Kandel propõe que “os psicanalistas e neurocientistas contribuam mutuamente, formulando questões e possíveis respostas a partir dessa interlocução, promovendo, assim, o desenvolvimento do conhecimento acerca do cérebro/mente” (Gerbase e Costa, 2012, p.1).

Damásio (1996), diante da grande variedade de teorias e a complementariedade das ciências, destaca a possibilidade de se trabalhar em conjunto a neurociências e a psicanálise, sem reduzir os fenômenos :

A tarefa que se apresenta aos neurocientistas de hoje é descobrir a neurobiologia que sustenta as supra-regulações adaptativas, ou seja, estudar e compreender as estruturas cerebrais necessárias para se ter um conhecimento cabal dessas regulações. Não visio reduzir os fenômenos sociais a fenômenos biológicos, mas antes debater a forte ligação entre eles. Quero sublinhar que, muito embora a cultura e a civilização surjam do comportamento de indivíduos biológicos, esse comportamento teve origem em comunidades de indivíduos que interagiam em meios ambientes específicos. A cultura e a civilização não poderiam ter surgido a partir de indivíduos isolados e, portanto, não podem ser reduzidas a mecanismos biológicos e ainda menos a um subconjunto de especificações genéticas. A compreensão desses fenômenos requer não só a biologia e a neurobiologia, mas também as ciências sociais. (DAMASIO, 1996, p. 153 )

Apesar da necessidade de se ampliar e fortalecer os debates entre as duas áreas, como apontam diversos autores, Gerbase e Costa (2012, p. 12) acreditam que “o que parece inegável é que a psicanálise não permanecerá alheia aos avanços das neurociências e terá que repensar sua postura diante de novas descobertas sobre a mente/cérebro e as implicações destas em corpo teórico e sua prática clínica”.

Caos e Batista (2021) promoveram uma revisão bibliográfica dos estudos acerca do envolvimento das neurociências e psicanálise nas bases de dados indexadas em Lillacs, Medline e Scielo, em outubro de 2019, buscando produções nacionais no período de 2008 a 2018. O esforço inicial resultou no encontro de 40 artigos, sendo 16 na Lillacs, 18 na Medline e 6 na Scielo, sendo posteriormente realizados outros recortes para a análise. De acordo com o estudo, foi identificado a interface entre psicanálise e neurociência a partir de produções nacionais, admitindo a possibilidade de diálogo.

De um modo geral, o conjunto de artigos analisados nesta revisão evidenciou a importância desta discussão para o avanço do tratamento neuropsicológico do indivíduo. Além disso, esses estudos apontam para a necessidade de uma visão de complementaridade entre as abordagens psicanalíticas e as neurociências, e não antagônicas como estas têm sido vistas por determinados pensadores. Por outro lado, foi possível observar que esse é um caminho longo a ser percorrido. Como mostram os textos identificados nesta revisão, nenhum foi publicado em revista específica do campo das neurociências. O que parece é que existe um esforço maior da psicanálise nessa aproximação. (CAOS E BATISTA, 2021, p.224)

Existem três vertentes a respeito da temática: uma que permite o trabalho híbrido; outra que prega o isolamento entre as matérias; e a terceira que entende a possibilidade de uma interlocução (Davidovich e Winograd, 2010), (Caos e Batista, 2021).

O primeiro grupo entende ser necessária a construção de um campo híbrido, já que as neurociências poderiam fornecer à psicanálise fundamentos e instrumentos

metodológicos e conceituais mais sólidos sobre o funcionamento psíquico. Esta proposta vem sendo desenvolvida com a fundação da neuropsicanálise. Já o segundo grupo, marcado fortemente pelo discurso lacaniano, é refratário a qualquer forma de articulação, por considerá-las todas epistemologicamente inviáveis, resultando necessariamente em uma submissão da psicanálise aos ditames cientificistas atuais. Por fim, o terceiro grupo entende ser a interlocução, sem a hierarquização dos modelos em jogo, fonte fértil para a formulação de novas hipóteses teóricas e para a revisão do edifício conceitual da psicanálise. (DAVIDOVICH E WINOGRAD, 2010, p. 801)

Por sua vez, para os que não entendem ser a hibridação o melhor caminho, nem rechaçam o diálogo, de acordo com Davidovich e Winograd (2010), a Psicanálise não corre o risco de perder o seu lugar, pois tudo aquilo que está no psiquismo não pode ser reduzido apenas a uma questão biológica. “Não obstante, as diferenças epistemológicas não impedem que as áreas possam dialogar, formulando hipóteses novas, cada qual em seu campo próprio, o que não seria possível caso as disciplinas se mantivessem em uma posição de isolamento”, justificam Davidovich e Winograd (2010, p.807).

Neste caso, com o uso dos recursos de neurociência, a observação do sujeito se amplia, visto que temos na psicanálise a possibilidade de ver o sujeito como possuidor de uma vida interior, com a neurociência, tem-se o olhar do sujeito no aspecto biológico, permitindo a integração, como acredita Ferreira et al (2019) .

No que tange à vida humana, a produção científica sobre o corpo tem explicações a dar inclusive sobre aquilo que dizemos ser da ordem dos afetos, do psiquismo. As técnicas de imagem cerebral, ao desvendar mecanismos de funções como memória e fala, e sentimentos como tristeza, euforia e medo, tiveram papel fundamental nessa mudança. Alguns cientistas acreditam que a subjetividade se resume à soma de processos neurofisiológicos. (PINHEIRO E HERZOG, 2017, p. 39)

Davidovich e Winograd (2010) acreditam que parte dos estudos do cérebro e da nova biologia buscam compreender a vida social e cultural, ou seja, trabalhar com as diferentes “dimensões humanas – que abrangem decisões econômicas, julgamentos morais e políticos, crenças religiosas, preferências sexuais, emoções, amor e motivações inconscientes – parecem encontrar sua chave de elucidação no vocabulário biológico” (2010, p. 808). E complementam a necessidade de integração:

Nesse contexto, pensamos ser a interdisciplinaridade fértil, na medida em que os mecanismos cerebrais, os processos cognitivos e a emergência do inconsciente estão intrinsecamente interligados, tornando-se relevante investigar as vicissitudes dessas interconexões. Porém, dialogar não implica fundir-se ou hibridar-se. Tampouco o isolamento beneficiaria o maior interessado – o paciente – já que impediria o efeito da multidisciplinaridade. Assim, parece-nos que a interlocução conduziria a uma maior compreensão do ser humano em suas diferentes dimensões - a biológica, a psíquica e a social. (DAVIDOVICH E WINOGRAD, 2010, p. 809)

Goellner (2020) também aponta para a necessidade de interação entre as disciplinas, o que poderia, segundo seu ponto de vista, gerar resultados positivos para ambos. Ele destaca que uma das características da psicanálise, que é compreender o subjetivo, pode ser responsável pelo distanciamento desta área. “Parece-me, muitas vezes, que a psicanálise, por percorrer um caminho que, de certa forma, tende a ser inverso ao da neurociência, ao privilegiar mais o “subjetivo” do que o “objetivo”, acaba por ser mal compreendida e relegada a segundo plano”, Goellner (2020, p. 69).

Pinheiro e Herzog (2017), assim como outros pesquisadores, buscam promover esse diálogo e, na verdade, possibilitar a compreensão dos fenômenos de uma forma mais ampla, trazendo aspectos positivos e convergências de ambas as áreas. De acordo com elas, alguns dos achados neurocientíficos estão muito alinhados às idéias de Freud. Em sua revisão bibliográfica apontam que há mais autores que sustentam a articulação entre o biológico, desta forma, “sustentando que as neurociências promoveriam uma validação objetiva da psicanálise” (Pinheiro e Herzog, 2017, p. 40)

A própria formação de Freud como neurologista, utilizando diversos campos para sua metodologia de trabalho, indicaria a possibilidade de articulação da psicanálise com outras áreas do conhecimento, como sociologia, filosofia, química e biologia (Caos e Batista, 2021). Goellner (2020, p. 60) destaca que apesar da neurologia ainda ser rudimentar, no período de estudo, Freud jamais deixou de lado a hipótese de que no futuro seria possível “fazer com que a fisiologia e a química cerebral participassem mais ativamente da descrição das experiências emocionais e dos fenômenos psíquicos”. O autor cita uma passagem de Freud, em Princípio do Prazer, de 1920, para reforçar essa possibilidade:

As deficiências de nossa posição provavelmente se desvaneceriam se nos achássemos em posição de substituir os termos psicológicos por expressões fisiológicas ou químicas. [...] Podemos esperar que ela [a biologia] nos forneça as informações mais surpreendentes, e não podemos imaginar que respostas nos dará, dentro de poucas dezenas de anos, às questões que lhe formulamos. (FREUD, 1920, p. 201 - Apud GOELLNER, 2020, p.60)

Os que não concordam com essa possibilidade de diálogo, tem como principal linha de argumento de que as imagens do cérebro não dão maior respaldo à psicanálise por que “os métodos que devem ser usados e os critérios de observação são ditados por uma comunidade científica afetada por seu ambiente sócio-histórico” (Pinheiro e Herzog, 2017, p. 40). Por outro lado, os que pensam de maneira ao diálogo, dizem que “compreender o que se passa no cérebro, os processos e circuitos ligados a comportamentos, emoções e pensamentos, seria compreender a totalidade do funcionamento mental” (Pinheiro e Herzog, 2017, p.41).

De acordo com Solms e Kaplan-Solms, reconhecidos como precursores da neuropsicanálise, Apud Pinheiro e Herzog (2017, p. 41), o conhecimento reduzido da neurologia na época de Freud, estamos falando de meio do século XIX e início do século XX, “o impediu de elaborar um método mais objetivo para testar suas hipóteses teóricas e seus resultados clínicos”. Desta forma, “a neurociência viria a suprir essa lacuna entre psicanálise e neurobiologia, conjugando o ponto de vista do sujeito, que vive a experiência, com o observador, que vê a base orgânica necessária ao pensamento”

Kandel (2012), Apud Pinheiro e Herzog (2017, p. 42), acredita que Freud “adoraria as neurociências”, mas que seus sucessores não continuaram com os estudos científicos necessários. Para Kandel, “a psicanálise possui o modelo mais satisfatório para a dinâmica mental, e a neurociência entraria fornecendo bases teóricas mais concretas que a metapsicologia”. Sendo assim, propõe uma alteração no método de investigação, que segundo ele, poderia deixar de lado “as impressões do analista (e o risco do filtro subjetivo do observador)” para utilizar as “imagens da atividade cerebral”.

Esse diálogo, não representa, estabelecer uma superioridade entre as áreas ou pensar em determinar quem está certo ou errado. Neste caso, “submeter a psicanálise à neurociência como se houvesse uma hierarquia entre elas, simplesmente importando o vocabulário da segunda para a primeira, soa equivocado”, pondera Pinheiro e Herzog (2017, p. 55). Para elas, também “soa equivocado aferrar-se a conceitos psicanalíticos de modo rígido. Ambas as posturas destoam do espírito curioso do criador da psicanálise” (2017, p. 55). Ou seja, de acordo com a análise, “mesmo compartilhando interfaces, lidam com aspectos diferentes da mente: o orgânico e as relações vividas”.

O mais importante do debate é a produção de um conteúdo único que tem o seu resultado global a partir de uma série de *inputs* e análises pertinentes, respeitando cada metodologia. “A possibilidade de dialogar com outros campos que tratem do funcionamento mental pode ser enriquecedora do ponto de vista da pesquisa e da clínica, desde que guardando as particularidades de cada disciplina”, explica Pinheiro e Herzog (2017, p. 55).

Acreditamos que Freud, se vivo fosse, provavelmente gostaria das neurociências. Não só por ver concretizada sua esperança de encontrar marcadores biológicos para processos psíquicos, mas por poder constatar o quão muito do que escreveu ainda é atual. O cérebro nos mostra estados de ânimo, mas a definição biológica não basta para destrinchar a natureza da experiência do sujeito, que depende da linguagem para ser razoavelmente compreendida. Ao postular um funcionamento psíquico dinâmico, a psicanálise trata de um corpo físico que se debate com sua história e seu entorno, e que pode recriar-se em seus atos e suas ideias de mundo. (PINHEIRO E HERZOG, 2017, p. 56)



Diante da grande quantidade de estudos e a possibilidade, como descrito acima, do diálogo entre as disciplinas, surgiu a Neuro-Psicanálise, uma área de investigação que busca a partir do modelo psicanalítico se utilizar dos dados científicos das diferentes áreas do cérebro. Essa medida só foi possível com o avanço da ciência e dos equipamentos tecnológicos desenvolvidos nas últimas décadas do século XX.

A Neuro-Psicanálise é uma área científica muito recente que se tem focado nos alicerces neurobiológicos da atividade cerebral dos sentimentos, da ação e do pensamento para os vincular a um modelo psicanalítico da mente. Desta forma, permite um conhecimento dinâmico-analítico clínico-teórico, dos níveis superficiais e mais profundos do consciente e do inconsciente. (DAVID e CAEIRO, 2020 p.4)

Os primeiros passos passaram a ser dados em 2000, em Londres, na conferência sobre o estudo das Emoções, que reunidos no Congresso, criaram a “International Society for Neuro-Psychoanalysis” (Neuro-PSA), uma sociedade internacional para o desenvolvimento da nova área, integrando aprofundando o debate entre neurociências e a psicanálise (DAVID e CAEIRO, 2020, p.4). Para esse grupo, que deu origem a esta sociedade, a origem de tudo também está dentro do trabalho do próprio Freud.

A base estariam os 250 trabalhos científicos publicados por ele, ainda na área médica, que são considerados precursores. Entre os trabalhos está “O projeto para uma psicologia Científica”, de 1895, onde estão descritos os diversos tipos de neurônios e suas eventuais funções, propondo uma arquitetura de redes cerebrais e, conseqüentemente, suas funções reguladoras.

Nas duas últimas décadas do século XX tem surgido um manancial de dados científicos provindos de diferentes áreas de investigação científica (Neurobiologia, Psicobiologia, Etologia, Biologia) e mesmo da investigação médico-neurológica. Este facto tem permitido fazer correlações e correspondências entre os termos psicológicos e psicanalíticos e as respectivas áreas e circuitos neurofisiológicos do cérebro, possibilitando a abertura de um novo diálogo entre o modelo psicanalítico da mente, e suas variantes, com os novos modelos neurobiológicos do cérebro. Acontece que em muitas destas áreas de investigação se têm desenvolvido novos métodos de análise a nível biológico e neuro-químico sobre alguns fenómenos mentais numa perspectiva totalmente diferente e bastante frutuosa. (DAVID e CAEIRO, 2020, p.4)

Para David e Caeiro (2020, p.17), é momento de utilizar “estes novos dados empíricos e recentes modelos neurocientíficos e confrontá-los com os nossos conhecimentos teóricos e metapsicológicos derivados da investigação clínica e subjetiva de casos por parte da metodologia psicanalítica”.

Vimos, neste capítulo, a importância das emoções no comportamento humano e como ela está presente nos processos de escolha. Com a neurociência, abordamos a possibilidade do

uso de ferramentas tecnológicas para a coleta de dados, que em conjunto com demais instrumentos, permitirá a coleta de dados para a pesquisa. No próximo capítulo, vamos apresentar o estudo de campo.

## Capítulo 5 – RESULTADOS DA PESQUISA DE CAMPO

### 5.1 CONTEXTO ELEITORAL

A análise da pesquisa de campo a que se trata este trabalho deve ser precedida de uma compreensão do cenário político-eleitoral no qual ela foi desenvolvida, de modo a conhecer todo o processo em que o eleitor teve que tomar sua decisão. As Eleições Presidenciais de 2022, na questão da polarização entre forças, constituem em uma consequência direta do processo eleitoral de 2018, quando o PSDB, considerado de centro-direita, deixou de ser o partido que contrapunha aos ideários do PT, que representavam a esquerda, com a chegada de Jair Bolsonaro, na época deputado federal candidato à Presidência, que capitaneou fortemente uma linha ideológica mais à direita entre os partidos políticos.

Este novo personagem no cenário político estabeleceu uma polarização entre esquerda, que já tinha um líder (Lula), com a direita (Bolsonaro), este que passou a ser o arregimentador de massas. Os dois personagens principais fortaleceram os dois nichos, criando comportamentos favoráveis e contrários a determinado grupo ideológico. Este processo de polarização extrema manteve-se ao longo do tempo durante todo o processo eleitoral. Com isso, durante o pleito ganhou espaço na agenda social, em grande parte, os temas relacionados a esses dois segmentos: lulista e bolsonarista.

Esse ambiente criou duas massas antagonicas e permanentes ao longo do tempo, com uma adesão a determinada posição ideológica e política. Canetti (1960) apresenta a massa como um corpo em constante crescimento e insaciável, no qual é possível estabelecer um paralelo dentro do processo eleitoral brasileiro.

Enquanto houver alguém que não se tenha deixado apanhar por ela, ela demonstrará apetite. Se seguiria demonstrando-o, uma vez tendo realmente absorvido a totalidade dos homens, isso ninguém pode afirmar com certeza, embora seja de se supor que sim. Há algo de impotência em suas tentativas de persistir. E o único caminho promissor para tanto é a formação de massas duplas, quando, então, uma massa se mede com outra. Quanto mais próximas elas forem em força e intensidade, tanto mais longamente sobreviverão ambas as massas a medir-se. (CANETTI, 1960, p.26)

Os dois principais candidatos se mantiveram na liderança em pesquisas e no espaço da mídia bem antes do início do processo eleitoral de 2022 e se mantiveram constantes ao longo do tempo. Em 15 de setembro de 2021<sup>4</sup>, cerca de um ano antes da eleição, pesquisa do Datafolha era feita com quatro cenários diferentes, com a predominância de Lula e Bolsonaro nas intenções de votos em todos os cenários. Figuravam ainda como candidato diversos personagens que acabaram saindo da disputa no decorrer da campanha ou tiveram pouca expressão nas urnas. Entre eles, apareciam João Dória (na época governador de São Paulo);

---

<sup>4</sup> <https://www.poder360.com.br/agregador-de-pesquisas>

Sérgio Moro (ex-ministro da Justiça e juiz que conduziu a operação Lava-Jato em Curitiba e condenou Lula à prisão); José Luiz Datena (jornalista e apresentador); Luiz Henrique Mandeta (ex-ministro da saúde durante a pandemia).

**Tabela 5 - Cenário 1 - Datafolha**

Candidato	Partido	Percentual
Lula	PT	44,00%
Bolsonaro	sem partido	26,00%
Luiz Inácio Lula da Silva	N/A	11,00%
Ciro	DEM	0,00%
João Dória	PSDB	4,00%
Luiz Henrique Mandetta	DEM	2,00%
Marcelo Freixo	N/A	2,00%

Fonte: <https://www.poder360.com.br/agregador-de-pesquisas/>

**Tabela 6 - Cenário 2 - Datafolha**

Candidato	Partido	Percentual
Lula	PT	42,00%
Bolsonaro	sem partido	25,00%
Ciro	DEM	12,00%
Luiz Inácio Lula da Silva	N/A	11,00%
Edson Leite	PSDB	4,00%
Luiz Henrique Mandetta	DEM	2,00%
Marcelo Freixo	N/A	2,00%

Fonte: <https://www.poder360.com.br/agregador-de-pesquisas/>

**Tabela 7 - Cenário 3 - Datafolha**

Candidato	Partido	Percentual
Lula	PT	44,00%
Bolsonaro	sem partido	26,00%
Ciro	DEM	11,00%
Luiz Inácio Lula da Silva	N/A	11,00%
João Dória	PSDB	6,00%
Marcelo Freixo	N/A	1,00%

Fonte: <https://www.poder360.com.br/agregador-de-pesquisas/>

**Tabela 8 - Cenário 3 - Datafolha**

Candidato	Partido	Democrata
Lula	PT	42,00%
Bolsonaro	sem partido	24,00%
Ciro	DEM	10,00%
Luiza Dedio	PSDB	5,00%
Luiz Inácio Lula da Silva	PT	4,00%
Simone Tebet	MDB	3,00%
Luiz Paulo	N/A	3,00%
Aldo Rebelo	sem partido	1,00%
Dedinho Destaca	DEM	1,00%
Luiz Paulo / Paulo / Paulinho	N/A	1,00%
Alexandre Vieira	Cidadania	0,00%

Fonte: <https://www.poder360.com.br/agregador-de-pesquisas/>

De acordo com a pesquisa, é possível verificar que, independente, do cenário, e foram testados quatro ao todo nesta pesquisa realizada um ano antes do pleito, os dois candidatos principais estavam polarizados. Apesar da diferença, de quase 20 pontos percentuais, naquele momento, Bolsonaro voltou a crescer na intenção de voto, como verificado no resultado do primeiro turno realizado em 2 de outubro de 2022.

Para Canetti (1960), a polarização das massas é parte de um processo que faz com que a existência de uma faz com que a outra ganhe força e uma alimenta a permanência da outra, ressaltando que para isso aconteça elas “sejam mais ou menos equivalentes em tamanho e intensidade”.

A mais segura e, frequentemente, a única possibilidade de a massa conservar-se reside na existência de uma segunda massa com a qual ela se relacione. Seja porque se enfrentem e se meçam num jogo, seja porque ameacem seriamente uma à outra, o fato é que a visão ou a vigorosa concepção de uma segunda massa não permite que a primeira se desintegre. Enquanto, de um lado, as pernas se apresentam postadas bem juntas umas das outras, os olhos, do outro lado, encontram-se dirigidos para outros olhos à sua frente. Enquanto os braços se movem aqui segundo um ritmo comum, os ouvidos atentam para o grito que aguardam de lá. (CANETTI, 1960, p.95)

Este cenário de polarização foi reforçado por debates acalorados e extremados que resultaram em diversos casos de violência entre grupos bolsonaristas e lulistas, ao mesmo estilo de torcidas organizadas. Entre os casos relacionados a intolerância e de grande repercussão está o assassinato do Guarda Civil Marcelo Arruda pelo agente penal Jorge Guarinho no Paraná, em julho de 2022. O crime aconteceu enquanto Marcelo comemorava o aniversário de 50 anos em um clube com festa que levava como tema o próprio ex-presidente

Lula, segundo reportagens publicadas na época do ocorrido<sup>5</sup>. Segundo testemunhas, com gritos pró-bolsonaro, Guaranho entrou na festa e atirou por diversas vezes no petista. Toda a cena foi filmada por circuito de segurança e divulgada pela imprensa. A pesquisa das palavras “Marcelo Arruda PT” no Google geram 1,6 milhão de referências de resultado, demonstrando a grande repercussão do caso.

Canetti (1960) destaca que a hostilidade da massa advém da necessidade que ela possui de crescer para não implodir. Todo movimento contrário será visto e entendido como “cerceamento”, visto que seu movimento natural é de expansão.

Dentre os traços mais notáveis na vida da massa encontra-se algo que se poderia denominar um sentimento de perseguição, uma particular e irada suscetibilidade e irritabilidade em relação àqueles que ela caracteriza definitivamente como inimigos. Façam estes o que quer que façam — comportem-se eles com rispidez ou simpatia, sejam solidários ou frios, duros ou brandos —, tudo é interpretado como proveniente de uma inabalável malevolência, de uma disposição hostil à massa: um propósito já rmado de, aberta ou dissimuladamente, destruí-la. (CANETTI, 1960, p.28)

O primeiro turno da eleição teve a participação de onze candidatos: Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Jair Bolsonaro (PL), Ciro Gomes (PDT), Simone Tebet (MDB), Felipe D`Ávila (NOVO), José Maria Eymael (DC), Vera Lúcia (PSTU), Leonardo Péricles (UP), Sofia Manzano (PCB), Soraya Thronicke (União Brasil) e Kelson Souza (PTB). Acabou com uma diferença de apenas 5 pontos percentuais a favor do petista. Lula ficou com 48,43% dos votos válidos, perfazendo um total de 57.259.504 votos e Bolsonaro com 43,20%, 51.072.345 votos no primeiro turno. Simone Tebet, que ficou em terceiro, teve 4,16% dos votos, 4.915.423 sufrágios, e Ciro Gomes, chegou a 3,04% dos votos, com 3.599.287 votos. Ou seja, foi registrada uma grande diferença entre os dois primeiros colocados e os demais candidatos em termos de voto.

Já no segundo turno, a diferença foi de 0,80 ponto percentual a favor de Lula sobre Bolsonaro. O petista teve 50,90% dos votos, com um total de 60.345.999 e Bolsonaro 49,10% dos votos válidos, um total de 58.506.354, uma diferença de apenas 2,1 milhões de votos, considerada a menor da história do País para a eleição de um presidente da república.

---

<sup>5</sup> <https://g1.globo.com/pr/oeste-sudoeste/noticia/2022/09/09/assassinado-tesoureiro-do-pt-dois-meses-apos-crime-acusado-que-e-apoiador-de-bolsonaro-ainda-nao-foi-ouvido.ghtml>

## 5.2 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

Para desenvolver a pesquisa, foi feito um chamamento de voluntários com um card publicado nas redes sociais do pesquisador e de outras pessoas que compartilharam este material de forma a oferecer a possibilidade de inscrição para a participação do estudo. O card deu acesso a um formulário no qual o voluntário inseria os dados pessoais, como sexo, idade e telefone de contato e indicava o período do dia e a data disponível para a entrevista. Ao todo, 23 voluntários participaram das duas fases, composta, em primeiro lugar, pelo questionário e seguido pela exibição dos vídeos dos quatro primeiros colocados à presidência nas pesquisas eleitorais, conforme apontado pelo Instituto Datafolha de julho de 2022.

Questionário e metodologia foram validados tanto pela banca de qualificação quanto pelo Comitê de Ética em Pesquisa, gerando o CAAE: 59168122.4.0000.5536. As entrevistas foram realizadas em dois dias diferentes: 7 e 9 de setembro de 2022. Para realizar o estudo, foi montado um ambiente controlado, em duas salas, à Avenida Pedro Lessa, 1901, cj 18.

**Figura 3 - Ambiente de Aplicação do teste**



Na chegada, ao voluntário era lido o TCLE para, posteriormente, iniciar com a aplicação do questionário, seguido pela exibição dos vídeos em uma sala controlada, sem interferências ambientais, onde um computador passava os vídeos e o outro, de forma discreta, gravava as imagens a serem verificadas pelo software de expressões.

Cabe salientar, de antemão, que os resultados da amostra, não podem e não foram produzidos com o objetivo de serem extrapolados quantitativamente em relação a intenção de voto, mas foram produzidos com o intuito de compreender o processo de identificação com o candidato, tendo a emoção como elemento capaz de demonstrar esta vinculação. Por conta da forma de chamamento dos voluntários, a base está relacionada à rede de contatos por redes

sociais do pesquisador, o que, por si só, inviabilizaria uma amostragem probabilística, conforme preconizado em pesquisa quantitativa eleitoral.

Os vídeos dos candidatos foram selecionados das suas próprias redes sociais, tendo como diretriz utilizar partes de entrevistas que os candidatos concederam aos veículos de imprensa, no qual são destacadas diversas ações e propostas de campanha. Por terem sido veiculados também em seus canais oficiais, entende-se que as campanhas concordaram com o conteúdo e o posicionamento do candidato, de forma que ele fosse utilizado como material de campanha.

Além dos vídeos dos candidatos, foram selecionados e exibidos no início da experiência três vídeos, um engraçado, outro neutro e um terceiro tenso para buscar reconhecer as emoções dos voluntários e testar as emoções dos voluntários sob influência específica. Os vídeos, com a ordem de exibição, que seguiu a ordem da intenção de votos das pesquisas, podem ser acessados em: <https://youtu.be/FIV7PwSZfTc>

**Quadro 3 - Links dos vídeos dos candidatos extraídos da rede de cada um**

Candidato	Endereço Eletrônico
Luiz Bolsonaro (BL)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=0WVVD...">https://www.youtube.com/watch?v=0WVVD...</a>
Luiz Inácio Lula da Silva (DT)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>
Ciro Gomes (DDT)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>
Simone Tebet (MND)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>

### 5.3 RESULTADOS

O público participante do estudo foi composto por 23 eleitores de Santos, sendo 12 homens (52%) e 11 mulheres (48%), com 87% dos entrevistados declarando-se branco e 13% pardo. Todas as faixas-etárias tiveram participantes, com destaque para os públicos de 40 a 49 anos, com 39% dos participantes e de 30 a 39 anos, com 17% dos entrevistados. Na renda familiar, 32% são compostos por quem recebe até 3 salários mínimos, 14% de quatro a seis, 32% de 7 a 10 e 22% que recebem mais do que 10 salários mínimos.

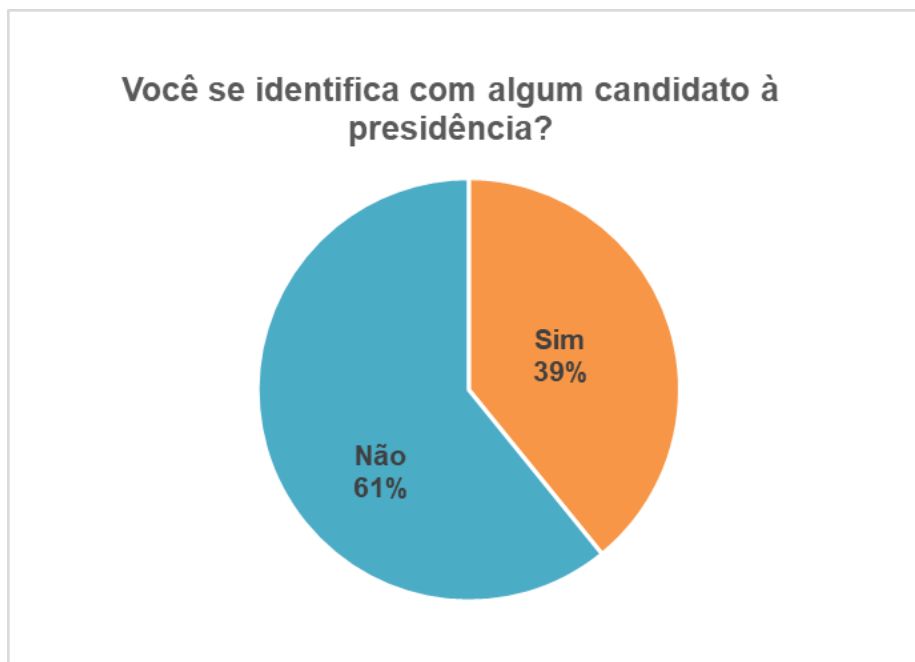
Dos 23 entrevistados, quatro disseram não ter um candidato escolhido ainda. Quatro deles apontaram a intenção de voto em Lula, quatro em Bolsonaro, cinco em Ciro Gomes e seis em Simone Tebet. Um equilíbrio e representação de todas as forças que estiveram presentes no processo eleitoral.

A identificação com algum candidato foi uma das questões formuladas aos entrevistados. Neste quesito, 39% disseram possuir alguma identificação com o candidato à



presidência escolhido. Vale indicar que 83% dos entrevistados apontaram uma intenção de voto na questão em que foi apresentada a lista de todos os candidatos, ou seja, apenas 17% respondeu que não tinha a definição do candidato à Presidência a 30 dias do pleito.

**Figura 4 - Identificação com o candidato à presidência**



Interessante notar que outra pergunta que media de 0 a 5 a identificação consciente com cada um dos candidatos, teve apenas um entrevistado que apontou o grau 0 para os quatro candidatos à presidência. Os demais conseguiram mensurar numa escala o quanto cada candidato representa para ele. Neste quesito, percebe-se que a identificação parece não ser suficiente para a definição do voto. Em média, a Simone Tebet teve a maior média de identificação e o Lula a pior, com média de 0,78.

**Tabela 9 - Média de Identificação com os candidatos**

Simone	Ciro	Bolsonaro	Lula
2,78	2,48	1,12	0,78

Depreende-se que apesar de uma divisão equânime das intenções de voto, como apresentada na questão induzida, com uma pequena diferença entre as escolhas, ela não segue o mesmo indicador de identificação. Apesar de na identificação e na intenção de voto a Simone aparecer em primeiro lugar, na questão da intenção de voto e identificação, os demais candidatos não tiveram a mesma vinculação. Lula, Bolsonaro e Ciro, que possuem a mesma quantidade de intenção de voto, possuem menores resultados de identificações e também diferença entre eles.

**Tabela 10 – Intenção de votos**

<b>Candidato</b>	<b>Porcentual</b>
Simone	22%
Lula	17%
Dalciano	17%
Cico	17%
Não sei	17%

Essa identificação com o candidato é apontada pelos pesquisados por algumas características. Há alguns pontos que aparecem com maior frequência, desde “determinação”, “preparo”, “inteligência” até “lutar pelo fim do aborto”. Os motivos variam e foram agrupados para melhor visualização.

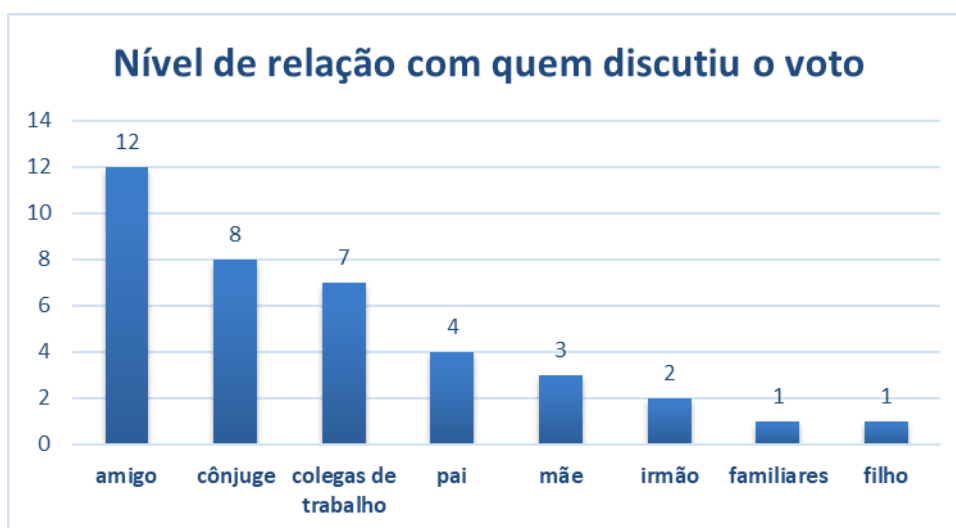
**Quadro 4 – Características dos candidatos**

<b>Quais as características de um candidato que mais chamou a atenção?</b>
Determinação, honestidade e suas ideias
Mulher, novidade, classe
Experiência, idoneidade, exister a classe
Valor à família e à vida contra o aborto
A argumentos que mostram como suas propostas serão realizadas
Plano de governo com ações práticas e embasadas em dados concretos
Carecem em ir contra dois fatores nomeos que buscam com apresentar propostas

#### 5.4 INFLUÊNCIAS NO PROCESSO DE ESCOLHA

Entre os fatores que influenciam a tomada de decisão identificada na aplicação do questionário, vale notar o destaque dos amigos na discussão sobre o voto, ou seja, os grupos nos quais ele participa. Chama a atenção ainda a participação de cônjuge e colegas de trabalho, os três principais grupos onde há esse diálogo para a definição do voto. A família, tradicionalmente, com a participação de pai e mãe estão mais abaixo neste quesito.

Figura 5 – Pessoas com quem discutiu o voto



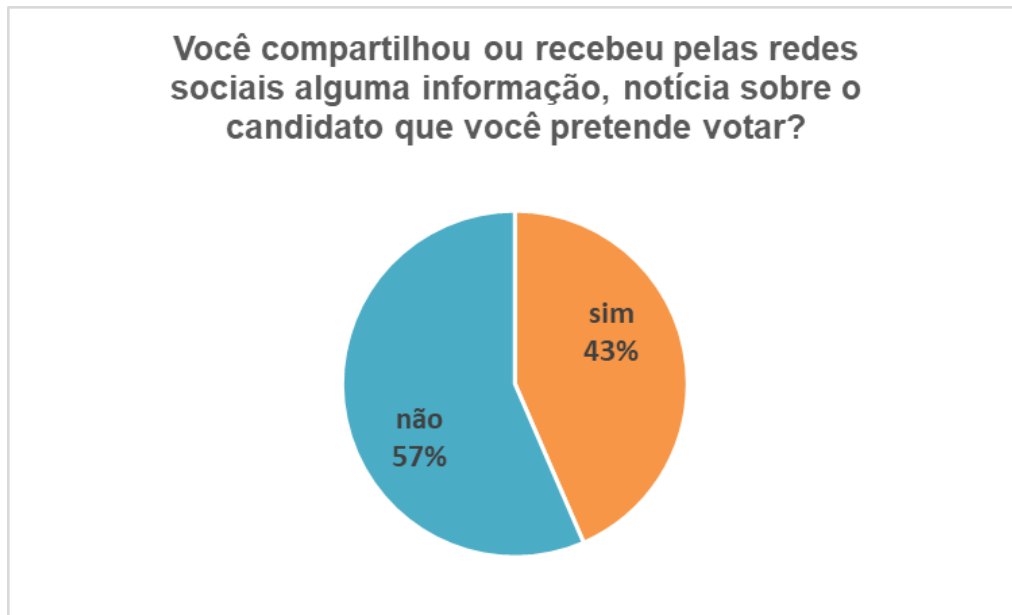
O mesmo se dá com relação ao conhecimento de pessoas que dizem votar no mesmo candidato, ou seja, a presença e a força desses grupos em que há um convívio, discussão e uma proximidade maior. Desta forma, fica evidente o papel das pessoas que se tem relação no processo de escolha, sendo superior à família.

Figura 6 – Pessoas com quem votam iguais



A utilização de redes sociais é algo muito presente nos entrevistados, chegando a 91% com o Whatsapp em primeiro lugar, sendo utilizada de forma associada com mais de uma rede social. O Instagram é utilizado por 87% da amostra, seguido pelo Face (Meta), com 70%, youtube com 52%, LinkedIn 42%, Twitter 30% e Tiktok 22%. Na questão do uso das redes sociais relacionadas ao candidato, 43% dos entrevistados afirmaram ter recebido ou compartilhado informações do seu candidato pela internet, como demonstra o gráfico.

**Figura 7 – Compartilhamento de informações**



### 5.5 EMOÇÕES

No questionário, a partir de um disco com as emoções, conforme a Escala de Afetos Positivos e Negativos - PANAS, o respondente deveria selecionar quantas emoções representavam seu sentimento em relação aos candidatos.

Vale notar que o quadro abaixo apresenta os sentimentos relacionados ao candidato que o pesquisado indicou votar e os sentimentos relacionados aos demais três candidatos pesquisados. Os sentimentos variam muito pouco, seja ele de rejeição ou de aprovação. Para a escolha do candidato, em todos apareceram dois sentimentos: forte e determinado. Os quatro candidatos despertam esses sentimentos conforme indicado pelos eleitores.

**Quadro 5 - Sentimentos de quem vota em Bolsonaro**

<b>Bolsonaro</b>	<b>Lula</b>	<b>Simone</b>	<b>Ciro Gomes</b>
Forte, determinado, inspirado, entusiasta, orgulhoso e vergonha	Hostil, culpado, <u>vergonha</u> , irritável, alerta, <u>medo</u>	Inspirado, interessado, Forte, Determinado e Ativo	Alerta, Nervoso, Ansioso, chateado, vergonha, animado, angustiado

**Quadro 6 - Sentimentos de quem vota em Ciro Gomes**

<b>Ciro Gomes</b>	<b>Lula</b>	<b>Simone</b>	<b>Bolsonaro</b>
<u>Determinado</u> , entusiasta, ativo, <u>forte</u> , medo e interessado	forte, angustiado, <u>vergonha</u> , irritável, nervoso e <u>medo</u>	ativo, forte, animado, atento, interessado, entusiasta	<u>vergonha</u> , culpado, <u>medo</u> , irritável, nervoso e chateado

**Quadro 7 - Sentimentos de quem vota em Lula**

<b>Lula</b>	<b>Ciro Gomes</b>	<b>Simone</b>	<b>Bolsonaro</b>
<u>Forte</u> , <u>determinado</u> , atento, culpado, interessado	Nervoso, inspirado	Determinado e ativo	<u>Vergonha</u> , <u>medo</u> , hostil, irritável, nervoso e assustado

**Quadro 8 - Sentimentos de quem vota em Simone**

<b>Simone</b>	<b>Ciro Gomes</b>	<b>Lula</b>	<b>Bolsonaro</b>
Ativo, entusiasta, Ansioso, <u>determinado</u> , <u>forte</u> e interessado	Alerta, medo, inspirado, ansioso, atento e entusiasta	<u>Medo</u> , <u>vergonha</u> , ansioso, alerta e culpado	Hostil, irritável, nervoso, angustiado, <u>medo</u> e <u>vergonha</u>

Outro importante ponto é com relação a Simone Tebet, que independente do candidato que se vota, os sentimentos relacionados a ela são positivos.

Por outro lado, na rejeição, independente em quem se vota, os sentimentos que aparecem para os candidatos mais rejeitados, Lula e Bolsonaro, são vergonha e medo, que serão abordados à frente.

Em relação aos sentimentos apontados pelos pesquisados, tanto os que assinalaram uma identificação quanto os que não possuem identificação, possuem sentimentos semelhantes positivos em relação ao candidato que escolheu para votar.

**Quadro 9 - Sentimentos mais frequentes dos eleitores que possuem identificação com o candidato**

<b>Candidato</b>	<b>Sentimentos</b>
Bolsonaro	Forte, determinado, inspirado, ativo, entusiasta, ansioso
Ciro Gomes	Interessado, inspirado
Simone Tebet	Ativo, entusiasta, determinado, interessado, animado

**Quadro 10 - Dos que não possuem identificação, os seguintes sentimentos aparecem relacionados a seus candidatos**

Candidato	Sentimentos
Bolsonaro	Vergonha
Outros Candidatos	Determinada, Determinado, Não determinado
Síndrome Tabela	Determinado, Não determinado
Lula	Falta, Afeto, determinado e outros

Interessante notar que a decisão do voto, segundo os entrevistados, não foi motivada pela leitura e análise do plano de governo, visto que 70% não tomaram conhecimento efetivo do plano de governo do candidato em que iria votar. O número de pessoas que se preocupou em se aprofundar nas propostas de governo foi de apenas 30%, ou seja, a grande maioria não fez uma leitura básica e discussão do plano de governo.

### 5.6 REJEIÇÃO: VERGONHA E MEDO

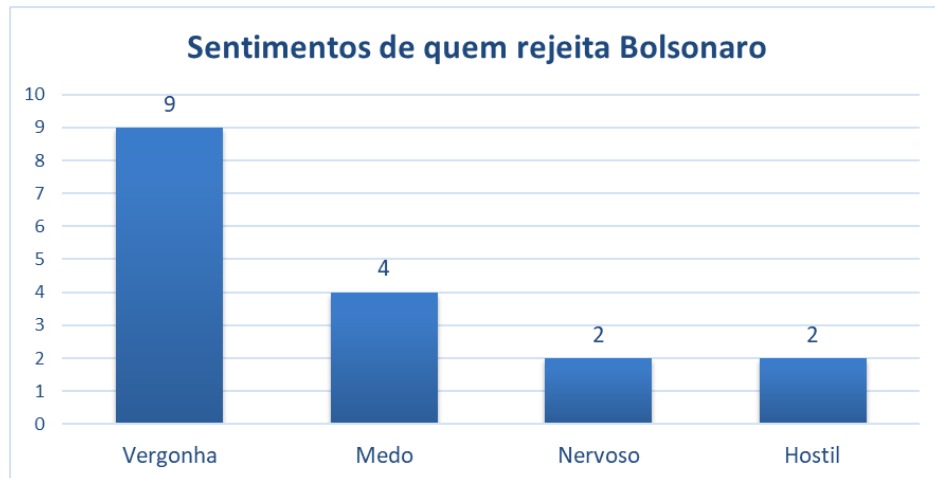
Outra relação importante de se notar é a rejeição. Quando se pede para indicar em quem não se votaria de jeito nenhum, aparecem apenas os dois nomes principais da disputa: Lula e Bolsonaro, ou seja, a polarização que se viu durante todo o processo eleitoral estava também presente na rejeição dos candidatos. A rejeição do presidente Bolsonaro foi maior do que a do ex-presidente Lula, com uma pequena margem de superioridade.

**Tabela 11 – Rejeição dos Candidatos**

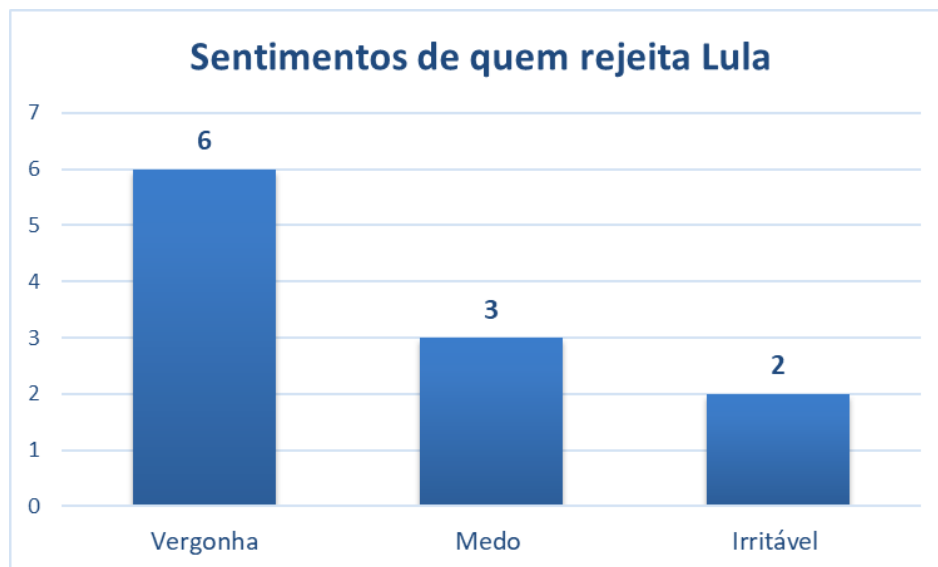
Candidato	%
João Bolsonaro	49%
Lula	42%
Os dois	9%

Os sentimentos em relação à rejeição aos dois candidatos principais são bem parecidos, com destaque para a vergonha, em segundo, com maior citação, aparece o medo. Krutzen (2019, p.1) apresenta a vergonha como o sentimento que nos faz querer desaparecer. “Temos vergonha do que somos. É o sentimento de querer desaparecer, de que um buraco se abre no chão para nos engolir, de que nossa existência cessa, aqui e agora”.

**Figura 8 – Sentimentos na rejeição a Bolsonaro**



**Figura 9 – Sentimentos na rejeição a Lula**



Em relação a estudos de sentimentos, Agamben (1942) apresenta a vergonha estudando os campos de concentração de Auschwitz, no qual os primeiros destacamentos russos que chegam ao local, vendo os corpos e sentindo o cheiro dos cadáveres decompostos, sentiam a vergonha.

Em 1935, Emmanuel Levinas traçou um esboço exemplar a respeito da vergonha. Segundo o filósofo, a vergonha não deriva, como acontece na doutrina dos moralistas, da consciência de uma imperfeição ou de uma carência do nosso ser frente à qual tomamos distância. Pelo contrário, ela fundamenta-se na impossibilidade do nosso ser de dessolidarizar-se de si mesmo, na sua absoluta incapacidade de romper consigo próprio. Se, na nudez, sentimos vergonha é porque não podemos esconder o que gostaríamos de subtrair ao olhar, porque o impulso irrefreável de fugir de si mesmo encontra seu paralelo em uma impossibilidade, igualmente certa, de evadir-se. (AGAMBEN, 1942, p.109)

Neste caso, Agamben (1942, p. 110) define a vergonha como sendo algo ‘inassumível’, “algo que venha da própria intimidade”. É aquilo que nos é mais íntimo”. Para ele, a subjetividade estaria no entrelaçamento da subjetivação, que representa o momento que o homem possui consciência como sujeito dos seus atos e na dessubjetivação, momento no qual ele está destituído de ser responsável pelos próprios atos.

É como se nossa consciência desabasse e nos escapasse por todos os lados e, ao mesmo tempo, fosse convocada, por um decreto irrecusável, a assistir, sem remédio, ao próprio dismantelamento, ao fato de não ser meu tudo o que me é absolutamente próprio. Na vergonha, o sujeito não tem outro conteúdo senão a própria dessubjetivação, convertendo-se em testemunha do próprio desconcerto, da própria perda de si como sujeito. Esse duplo movimento de subjetivação e dessubjetivação, é a vergonha. (AGAMBEN, 1942, p.110)

Vergonha remete a um sentimento particular, mas que não está ligado à culpa. Segundo Bilenky (2014, p.32), a vergonha é um sentimento extremamente “penoso e doloroso”, que assim como uma ferida, demora a cicatrizar por completo. Por tanto, “um sentimento social, surge quando o olhar do outro vê o que não deveria ser visto”. Ele apresenta dois tipos de sociedade: a da vergonha e a da culpa. “A culpa é resultado de um mal causado ao outro, é dirigida ao outro que foi lesado, imaginária ou verdadeiramente. Na vergonha, o mal causado é contra a própria pessoa, é sua imagem foi atingida” (BILENKY, 2014, p. 37).

Krutzen (2019, p.6) destaca que a vergonha produz um desejo de se esconder, de desaparecer dos olhares dos outros. “Este outro, de quem quero me afastar, é um outro valorizado, um cuidador, ou um olhar social dos meus pares, como a turma da escola, ou um grupo de amigos”. Já a culpa seria sobre algum fato ou pensamento, provocando um desejo de reparação. “Ela não produz essa paralisia, mas um desejo de desfazer, de se redimir, de tentar acessar o perdão, seja o meu ou o do outro.”

Bilenky cita as culturas orientais onde o sentimento que regula o comportamento social é a vergonha, como no caso Japão, que possui uma sociedade tradicionalista, hierarquizada, com códigos de honra e a força de antepassados para determinar a moralidade das ações. Na sociedade da culpa, o sujeito age de acordo com as leis que regem seu comportamento, tratando-se de uma emoção privada, sem a necessidade do olhar do outro.

O sentimento de vergonha é intimamente ligado a ideais e valores relacionados à honra. A vergonha aparece quando o ato transgressivo é exposto ao olhar do outro; é um sentimento da ordem do público; é tanto maior quanto for a importância dada a quem testemunhou o ato vexatório. Não há reparação possível para uma imagem degradada nem existe a possibilidade de se compartilhar esse sentimento. (BILENKY, 2014, P.37)



A vergonha tem ainda este caráter social, pois está vinculada aos aprendizados da criança. Krutzen (2019) compara com um sistema operacional de um computador, no qual “ficou programada bem cedo em nossa vida, de uma maneira tal que quase não conseguimos dar conta da sua própria existência”. Reguladora das ações, tem papel importante na formação da subjetividade.

O medo também foi citado pelos entrevistados do estudo e assim como a vergonha possui um caráter biológico, com a produção de reações imediatas pelo corpo. Pauluk e Ballão (2019, p.60) destacam que trata-se de uma resposta diante de uma situação de perigo real ou imaginária, e que “de fato, o medo é fundamental para a sobrevivência, seja qual for o grau de complexidade da forma de vida animal”.

Desta forma, chegamos ao ponto de afirmar que o medo não é apenas uma necessidade para a sobrevivência, mas também uma forma de constituição da própria personalidade. O medo (da castração) é um dos fatores que constituem o sujeito. As relações que a criança terá com o mundo externo serão traços no psiquismo e modelam, assim, o eu e o super-eu. Essa deformação provoca angústia, da qual o medo é uma consequência e um sintoma. Apenas em níveis inaceitáveis pela sociedade ele se torna uma fobia, ou seja, uma psicopatologia. (PAULUK e BALLÃO, 2019, p. 61)

Santos (2003, p. 49) apresenta o medo como uma “emoção-choque devido à percepção de perigo presente e urgente que ameaça a preservação daquele indivíduo.” Essa percepção de que algo pode acontecer, segundo Santos, “provoca, então, uma série de efeitos no organismo que o tornam apto a uma reação de defesa como a fuga, por exemplo”.

Outro fator é o caráter social na constituição do medo na subjetividade. Santos (2003, p.55) destaca que o medo na atualidade é o sentimento que mais se destaca diante “dos tempos sombrios em que vivemos, de violência, globalização e constantes mudanças”. Para Santos, “o medo se torna a consequência mais banal, no cotidiano, dos sentimentos exacerbados de desamparo dos indivíduos”.

Em um mundo onde há falta de perspectivas futuras, onde não se tem modelos identificatórios, em que há a descrença na justiça, na lei, no que é transcendente, o que importa é o presente, a fruição das sensações presentes; a boa vida se dá através do culto às sensações. O medo já não é mais sacralizado, não tem mais relação com Deus, já é inscrito no corpo sob a forma de pânico. Há uma invasão de sentimentos de incerteza, fragilidade, insegurança, fragmentação, como maneira decomposta, banalizada, de uma experiência que antes era tão densamente carregada como o medo. Não faz parte mais do trágico, mas do comum; o medo aparece o tempo todo, criando-se inclusive estratégias para lidar com essa emoção, sendo uma delas o medicamento (SANTOS, 2003, p.54)

É possível encontrar nesses dois sentimentos, vergonha e medo, uma intensidade que leva a uma forte rejeição aos dois principais candidatos. Os sentimentos pertencentes a uma massa são recíprocas e contrárias à outra, levando a uma continuidade e permanência das emoções promovidas por ambos. Os sentimentos, neste caso, apresentam uma síntese da

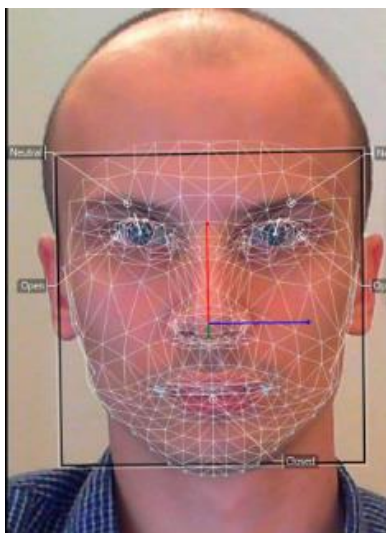
intenção de voto ou da rejeição. A próxima etapa é a utilização do software de análise das emoções.

## 5.7 ANÁLISE FACIAL

A identificação das emoções por meio das expressões faciais foi captada pelo software Face Reader 9.0, produzido pela empresa Holandesa Noldus. Para isso, foi adquirido a licença de utilização por um mês, período no qual foi realizada a análise de todos os vídeos gravados com os voluntários. O sistema permite a classificação das emoções, conforme os estudos de Ekman a respeito das emoções universais, em sete categorias: *happy, sad, angry, surprised, scared, disgusted and neutral*.

O programa é treinado em um banco de dados de imagens e projeta 500 pontos no rosto para realização das análises, utilizando regiões facilmente reconhecíveis como lábios, nariz, sobrancelhas e olhos. Também é levada em conta a textura do rosto para coleta das informações, como a análise de rugas e sobrancelhas. Também são utilizadas as 20 unidades da *Facial Action Coding System (FACS)* descritas por Ekman para análise das expressões faciais, permitindo uma completa análise.

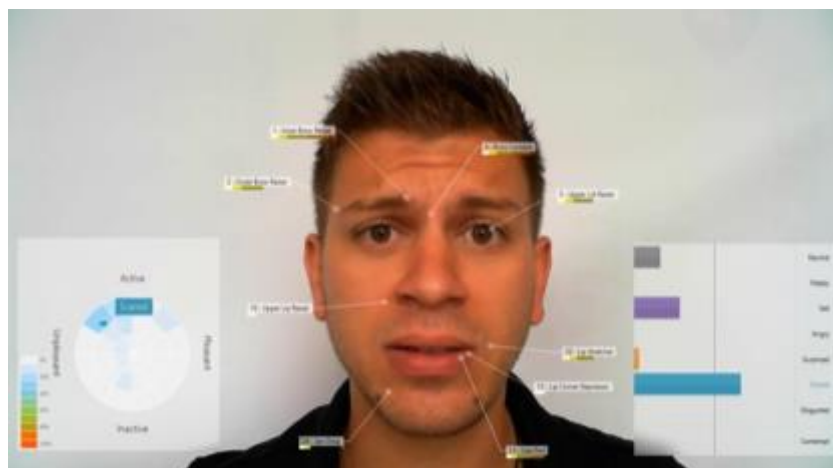
**Figura 10 - Pontos projetados para análise**



Os estudos com o software, utilizando banco de dados de imagens, chegam a 99% de acertos em *happy* e *disgusted*. Já para as demais emoções, os estudos apontam a eficácia de 95,1%. Lewinsky et al. (2014), utilizando o Face Reader, demonstrou a eficácia da identificação das emoções por meio de um estudo de propagandas comerciais, com foco especial na felicidade. Skiendziel et al (2019), utilizando a versão 7.1 do software, chegaram a 80% de validação utilizando as 20 AUs de forma automatizada, a partir do modelo de FACS.

Com o software, é possível analisar uma série de combinação de movimentos faciais que correspondem às emoções quadro a quadro. Por exemplo, com um sorriso forçado não há mudanças na região dos olhos, porque o movimento pretendido mexe apenas a região da boca, enquanto que o sorriso espontâneo articula os demais músculos faciais.

**Figura 11 - Imagem de funcionamento do software**



Em relação a este estudo, dos 23 voluntários analisados encontramos dois grupos distintos. O primeiro no qual 10 demonstraram suas emoções durante a exibição dos vídeos da forma que declararam o voto, ou seja, menos *Angry*, *Sad*, *Disgusted* no candidato em que disseram que iriam votar ou, por outro lado, mais intensidade desses sentimentos no candidato que rejeitavam. Da mesma forma, nos candidatos em que se declara o voto aparecem com mais frequência *Happy* e *Neutral*.

Vale lembrar, que dos respondentes do questionário, 14 disseram não ter qualquer identificação com os candidatos apresentados, mostrando a ausência de ligação afetiva com o presidenciável e 70% não conheciam o plano de governo do candidato que pretendia votar. Os três vídeos iniciais tinham a intenção de gerar um estímulo específico, de forma a servir como controle. O vídeo que buscava induzir ao riso durante a sua exibição, por exemplo, chegou a garantir indicadores de *Happy* em 15 dos 23 entrevistados. Sendo assim, de alguma forma, conseguiu estabelecer uma conexão para gerar expressões de felicidade nos voluntários.

Neste primeiro grupo de entrevistados estão dispostas todas as análises dos 10 voluntários que tiveram os sentimentos concordantes com a rejeição ou com a intenção de voto. O perfil deste conjunto é variado em relação à faixa-etária, sendo que dois tem 18 a 29 anos, dois de 30 a 39 anos, quatro de 40 a 49 anos e um para 50 a 59 anos e 60 a 69 anos. A relação de gênero está dividida, com cinco homens e cinco mulheres. Deste grupo, oito dizem não possuir qualquer identificação com os candidatos à presidência, um aponta a identificação a Jair Bolsonaro e outro a Simone Tebet.

A média de identificação para cada um dos candidatos, com exceção da Simone Tebet, que manteve praticamente inalterado os resultados, os demais candidatos ficaram abaixo do outro grupo e da média geral.

**Tabela 12 - Média de Identificação**

Simone	Ciro	Bolsonaro	Lula
25	17	09	07

A intenção de voto deste grupo, na pergunta induzida, também é variada. Um dos pesquisados votaria em Bolsonaro, dois não sabiam, dois declararam voto em Ciro Gomes, dois em Lula e três em Simone Tebet. Deste conjunto, oito não conheciam o plano de governo do candidato em que votaria e nove disseram ter conversado com alguém para a definição do voto. Desses, o cônjuge aparece seis vezes e os amigos cinco vezes como as pessoas mais consultadas para definir o voto.

Conforme as tabelas abaixo, a partir do resultado da análise do software, é possível verificar o percentual de sentimento em relação a cada um dos vídeos exibidos. Na tabela, estão as reações para cada vídeo sendo que em vermelho estão os candidatos que o eleitor diz rejeitar e em verde o candidato no qual ele diz que pretende votar na eleição presidencial. Os extratos dos sentimentos foram retirados do sumário de análise do software, incluídas na íntegra no anexo.

**Tabela 13 – Resultados Voluntário 1**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Sad	10,6	7,5	17,1	40,2	81,7	68,6	56,9
Other	1,5	3,2	3,6	2,6	3,2	2,8	1,5
Neutral	64,2	47,2	54,8	47,4	15,1	28,6	36,5
Disgusted				9,5			
Angry	23,7	42,1	24,5				5,1

**Tabela 14 – Resultados Voluntário 2**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy			35,5				
Sad	19,7	29,3		23,2	22,1	32,4	38,5
Other	6,5	3,9	6	4,2	2	0,6	1,2
Neutral	73,8	66,8	58,5	67,4	70,1	61,6	51
Disgusted				5,2	5,8	5,4	9,3

**Tabela 15 – Resultados Voluntário 4**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	25,8				10,2		19,3
Sad	12,8	11,5	10,6	9,2	32,5	7,8	21,7
Other	2,9	4,1	1,1	3,3	5	3,4	1,8
Neutral	38,1	63,5	81,5	72,1	52,3	66,7	48
Disgusted	20,4	20,9	6,8	15,4		22,1	9,2

**Tabela 16 – Resultados Voluntário 5**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	51,2	36	11,4			6,5	
Sad					5,1	7,7	5,3
Other	6,3	2,9	4,9	8,8	4,4	1,6	5,3
Neutral	33,1	39,2	35,3	24,4	46,1	58	48,9
Angry	9,4	21,9	48,4	66,8	38,4	19,1	34,5
Disgusted					6	7,1	6

**Tabela 17– Resultados Voluntário 6**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	48,5	5,9					
Sad	5,1	7,7		9	12,9	6,2	
Other	7,3	3,5	6,9	5,8	4,8	1,9	9,3
Neutral	28,5	59,5	56,2	52,5	51,8	52,1	51,7
Surprised	10,6	23,4	36,9	32,7	30,5	39,8	39

**Tabela 18– Resultados Voluntário 7**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	6,3						
Sad	5,2	13	19,2	30	42	49,4	46,1
Other	1,2	6,2	1,4	0,7	0,9	0,5	0,7
Neutral	81,5	80,8	79,4	69,3	57,1	50,1	53,2
Disgusted	5,8						

**Tabela 19– Resultados Voluntário 8**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	37,7	6,8					
Sad			6,3	9,4	9,8	8,9	10,1
Other	8,8	5,1	1,7	1,4	1,1	1,2	0,7
Neutral	53,5	79,2	83,9	82,4	75,1	79,8	79,9
Angry		8,9	8,1	6,8	14	10,1	9,3

**Tabela 20 – Resultados Voluntário 15**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	7,4						
Sad	3,6	8,2	6,9	15,5	23,8	7,4	6,3
Other	4	5,8	6,1	5,7	1,5	2,1	4,8
Neutral	72,4	78,4	82	78,8	66,1	77	88,9
Disgusted							
Angry	10,6	7,6	5		8,6	13,5	

**Tabela 21 – Resultados Voluntário 17**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Sad	19,8	9,6	10,2	10,4	40,1	18,5	28
Other	1,4	4,9	4,9	6,8	1,4	4,1	2,1
Neutral	62,9	74	78,7	82,8	58,5	77,4	69,9
Disgusted	6,8						
Angry	9,1	11,5	6,2				

**Tabela 22 – Resultados Voluntário 18**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	35,7	8,4	6,1	7,5	5,4		
Sad		8	12,9	12,5	9,4	12,1	7,6
Other	5,4	1	0,7	0,9	1	4,2	6,8
Neutral	23,9	44,8	54,2	50,1	56,2	63,1	61,8
Disgusted	35	37,8	26,1	29	28	20,6	23,8

Já o outro grupo de voluntários não teve despertadas pelos vídeos emoções positivas ou negativas da forma que responderam nos questionários sobre o candidato em que votariam ou que rejeitavam. É possível notar, ainda, uma grande avaliação de *Sad* e *Disgusted* a partir das análises das microexpressões faciais.

Deste grupo, com 13 pessoas, no qual a análise dos sentimentos foram diferentes em relação a intenção de voto ou a rejeição, seis dos entrevistados são do sexo feminino e sete masculino. A faixa-etária predominante é de 40 a 49 anos com cinco entrevistados, dois de 30 a 39 anos, dois 50 a 59, dois com mais de 70 anos, um de 18 a 29 anos e um de 60 a 69 anos. A identificação, por outro lado, ficou dividida, sendo que sete dos entrevistados disseram possuir identificação com algum candidato e seis disseram não possuir essa identificação.

A consequência da maior identificação é o aumento da média deste indicador em relação ao primeiro grupo.

**Tabela 23 - Média de Identificação**

Simone	Ciro	Bolsonaro	Lula
2	2	0,7	1,4

A intenção de voto ficou equilibrada entre todos os candidatos, com dois declarando que não sabiam em quem votar, dois que votariam em Lula e três votos para Ciro, Bolsonaro e Simone Tebet. Vale destacar que, dos 13 voluntários, sete declararam ter conhecimento da íntegra do plano de governo e oito conversaram com alguém para definir o voto, neste caso, os amigos, aparecem em todas as respostas, sendo o principal agente que contribui neste processo de escolha.

Nas tabelas deste segundo grupo, em vermelho está o candidato que o eleitor diz rejeitar e em verde o candidato que o eleitor pretende votar.

**Tabela 24 – Resultados Voluntário 3**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Sad		14,9	34,6	9	32,7	46,2	66,4
Other	7	0,2	0,7	4,1	0,2	0,2	
Neutral	83,9	78,9	58,6	86,9	61,2	43,1	23,7
Disgusted	9,1	6	6,1		5,9	10,5	9,9

**Tabela 25 – Resultados Voluntário 9**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Sad	18,5	33,4	36,1	36	33	29	32,2
Other	2,5	1,5	1,7	2,1	1,8	2,6	1,6
Neutral	70,3	58	53	53,5	53,3	57,9	52,7
Disgusted	8,7	7,1	9,2	8,4	11,9	10,5	13,5

**Tabela 26 – Resultados Voluntário 10**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	70,4	7,6				5,9	
Sad			14,9	22,1	15,5		32,1
Other	6,3	7,2	4,3	3,6	5,9	4,4	2,7
Neutral	23,3	78	80,8	74,3	78,6	83	65,2
Surprised		7,2				6,7	

**Tabela 27 – Resultados Voluntário 11**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	54,7	7,5					
disgusted			6		5,3	8,9	5,5
Other	8,4	9,2	3,5	11,4	6,1	4,5	1,2
Neutral	15,9	65,9	84,2	82,3	78,8	74,1	78,3
angry	21	17,4	6,3		9,8	12,5	9
Surprised				6,3			6

**Tabela 28 – Resultados Voluntário 12**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Sad	18,4	18,9	23,3	21,8	24,4	24,6	30,1
Other	5	5,1	1,7	1,3	1	1,5	1,1
Neutral	56,8	57,9	56,9	59,5	56	56,4	52,9
Angry			7,5	6,3	7,4	6,6	8
Surprised	19,5	18,1	10,6	11,1	11,2	10,9	7,9

**Tabela 29 – Resultados Voluntário 13**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Sad	8,8		15,6	13,5	14,3	14,8	19,6
Other		4,6	4,7	0,4	0,4	4,4	0,9
Neutral	67,8	63,3	69,1	66,1	62,7	66,7	54,9
Disgusted	6,6	7,3		6,9	6,4		12,1
Angry	16,8	24,8	10,6	13,1	16,2	14,1	12,5

**Tabela 30 – Resultados Voluntário 14**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Other	4,2	6,8	5,7	5,7	6	4,1	3,8
Neutral	61,2	72,2	65,7	72,5	74,4	73,2	71,8
Disgusted	9,8						
Angry	24,8	21	28,6	21,8	19,6	22,7	24,4

**Tabela 31 – Resultados Voluntário 16**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	31,6						
Other	5	9,6	5,6	8,1	9,2	6,6	5,3
Neutral	63,4	90,4	94,4	91,9	90,8	93,4	94,7

**Tabela 32 – Resultados Voluntário 19**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	49,4	22,1	8,8				
Other	10,6	6,9	5,8	11,8	9,7	11,5	7,3
Neutral	40	64,4	79,7	88,2	90,3	88,5	87,3
Surprised		6,6					5,4
Angry			5,7				

**Tabela 33 – Resultados Voluntário 20**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	21,5	6,7	7,7	20,9			
Other	2,7	3,9	3,1	1,4	8,1	6,5	5,2
Neutral	68,7	82,1	82,6	64,6	81,8	68,5	74,4
Disgusted				5,9		9,4	7,8
Angry	7,1	7,3	6,6	7,2	10,1	15,6	12,6

**Tabela 34 – Resultados Voluntário 21**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	66,3						
Sad		10,2		8,4	5,9	6	
Other	2,5	3,4	13,1	1,5	1	0,7	4,3
Neutral	25,9	86,4	86,9	84,2	87,9	87,5	88,3
Disgusted	5,3						
Angry				5,9	5,2	5,8	7,4

**Tabela 34 – Resultados Voluntário 22**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	47,6	10,9					
Sad	5,9	8	5,4	8,4	37,5	34,8	51,8
Other	1,8	2,2	3,6	1,4	6,5	1,9	4,8
Neutral	44,7	78,9	69,2	62,7	49,5	57,7	43,4
Surprised					6,5		
Angry			21,8	27,5		5,6	

**Tabela 35 – Resultados Voluntário 23**

Sentimentos	Sorrir	Neutro	Tensão	Lula	Bolsonaro	Ciro	Simone
Happy	6,4			59,8			9,7
Sad		5,5			5,2		
Other	4,9	2,5	4,8	5,4	2,9	7,1	3,4
Neutral	76,3	92	95,2	35,4	91,9	92,9	86,9
Angry	12,4						

Nesses 13 voluntários, os sentimentos despertados foram diferentes da intenção de voto. Isso quer dizer que os sentimentos positivos ou negativos, captados pelo software, não foram suficientes para acompanhar a intenção do voto do eleitor.



## CONCLUSÃO

Este trabalho, com objetivo exploratório, para compreender um pouco mais a respeito do comportamento do eleitor na decisão do voto, trouxe uma ferramenta inovadora para a coleta de dados, que foi o software de análise das microexpressões faciais, justamente para reduzir a subjetividade da interpretação dos sentimentos por parte do eleitor. Ainda, em relação aos sentimentos, foi utilizada a escala de PANAS, como forma de auto relato dos sentimentos para cada um dos candidatos a presidente na eleição de 2022.

Neste contexto, pela amostra realizada, é possível interpretar que as emoções quando expressadas coadunam com as intenções de votos do voluntário, ou seja, se determinado eleitor apresenta sentimentos positivos a respeito do candidato, significa que há mais chances de que o voto seja realizado naquele candidato. Mas, vale lembrar, a análise das emoções que os voluntários disseram ter em relação à candidata Simone Tebet, onde o sentimento positivo, não refletiu, necessariamente, em votos. Por outro lado, como visto acima, sentimentos negativos relatados para determinado político, acabam por gerar uma rejeição e, conseqüentemente, um impedimento para que o voto realmente aconteça.

Com o uso do software chegamos a dois conjuntos diferentes. O primeiro, com 10 voluntários, e o segundo com 13 voluntários. No primeiro grupo, com um pouco menos que a metade dos entrevistados, os sentimentos mais favoráveis são ao candidato escolhido para votar ou os piores sentimentos são para o candidato rejeitado. No entanto, nos outros 13, os sentimentos positivos ou negativos não têm relação direta com a intenção de voto, pois as emoções despertadas pelos vídeos foram diferentes daquelas relatadas na entrevista.

Nesses dois conjuntos o principal aspecto que chama a atenção é relacionado a identificação. No primeiro, no qual a análise do software indicou a rejeição ou a intenção de voto relacionado ao indicado no questionário, há uma menor identificação declarada aos candidatos. Dos 10 entrevistados, oito disseram não possuir este laço afetivo. Diferente do outro grupo, no qual sete apontaram uma identificação com algum candidato. Sendo assim, podemos acreditar que quando há identificação com o candidatos as emoções não representam as intenções do eleitor.

Pelos resultados apresentados pelo software é possível verificar que, mesmo tendo uma melhora nos indicadores de felicidade em alguns dos candidatos em que se pretendia votar, a grande maioria dos entrevistados se mostrou insatisfeita com o quadro de candidatos, revelando indicadores altos de Sad e Angry.

Como apresentado no resultado do questionário, 15 entrevistados não conheciam a íntegra do plano de governo que pretendia votar, ou seja, tinham definido o voto, mas não

conheciam suas propostas na totalidade. Neste sentido, os pesquisados podem ter tido o contato com parte do plano de governo apenas durante a experiência de pesquisa, pois os vídeos são trechos de entrevistas concedidas pelos candidatos a órgãos de imprensa que destacam muitos pontos do plano de governo.

Outro ponto importante, que pode explicar essa reação aos vídeos, é de que as expressões faciais apresentam emoções *in natura*, em outras palavras, permitem descortinar o inconsciente. Isso reforça a existência de um conceito de definição do voto pelo “menos pior”, expressão utilizada para definir o voto envergonhado diante do cenário de candidatos que se apresentava, ou o “voto útil”<sup>6</sup>, conhecido como aquele voto em que se busca resolver a eleição mesmo votando naquele que não é o candidato preferido.

Essa é uma das hipóteses que pode explicar o fato de que quando utilizamos o software para análise das emoções percebemos altos indicadores de *Sad, Angry e Disgusted* durante todo o experimento com os vídeos dos candidatos. Esse resultado merece, em outros estudos, uma análise mais aprofundada.

Podemos, por enquanto, fazer apenas inferências de que o eleitor tenha escolhido o candidato como o “menos pior” ou, ainda, de que apesar da escolha, inconscientemente, não estava convicto da sua posição. Desta forma, é importante destacar outro ponto importante apresentado, de que a definição do voto passa muito menos por programas de governo, projetos e ações, e muito mais pela influência de amigos e colegas de trabalho, onde são discutidos no cotidiano questões da política, posições e onde, estaria sendo formada essa convicção do voto.

A despeito dos resultados obtidos, são necessários mais estudos para compreender o comportamento do eleitor, principalmente, quando utilizadas ferramentas da neurociência, neste caso, de análise de expressões faciais, como utilizado neste experimento. Independente do aprofundamento dos estudos, é possível oferecer ferramentas para que o cidadão escolha seus candidatos de forma consciente e crítica.

---

<sup>6</sup> <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/entenda-o-voto-util-estrategia-que-pode-definir-as-eleicoes/>

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. O que resta de Auschwitz: o arquivo e a testemunha, Boitempo, São Paulo. 1942, ed. 2008.

ALMEIDA, Lindijane Bento; BARROS, Terezinha Albuquerque; MACEDO, Jaylan Ferreira. O ressentimento do eleitor natalense nas eleições presidenciais de 2018. Cad. Metrop., São Paulo, v. 23, n. 51, 2021.

ALVES, M.A., Cognição, emoções e ação. São Paulo: Centro de Lógica, Epistemologia e História da Ciência, 2019. <https://doi.org/10.36311/2019.978-85-7249-019-1>.

ANTUNES, Rui Jorge da Silva. Identificação partidária e Comportamento Eleitoral - Factores Estruturais, Atitudes e Mudanças no Sentido do Voto. Coimbra, 2008

ARIAS, Juan. O ódio de Trump contra a imprensa contagiou o País. EL PAIS, 2019. Acessado em 28 de agosto, em ([https://brasil.elpais.com/brasil/2019/10/02/opinion/1569973404\\_426414.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/10/02/opinion/1569973404_426414.html))

ARISTÓTELES. Política. Universidade Federal de Brasília, Brasília, 1985.

AZEVEDO, Daniel Abreu; BRULE, David Melo van. Ciberespaço é a nova panacea da democracia? Mercator, v20, Fortaleza, 2021.

BASTOS, Thamiris; MARGOLIS, Iara; PROVIDÊNCIA, Bernardo. A utilização de escalas de autorrelato na avaliação emocional do espectador de Live Streaming Concert, 2021. DOI: 10.37885/210805665

BORBA, Julian. Cultura política, ideologia e comportamento eleitoral: alguns apontamentos teóricos sobre o caso brasileiro. Opinião Pública, Campinas, Vol. XI, no 1, 2005.

BORBA, Felipe. Medindo a propaganda negativa na TV, rádio, debates, imprensa e Facebook: o caso das eleições presidenciais de 2014. Intercom. São Paulo, v.42, n.1, p.37-56, jan./abr. 2019.

CASTRO, Mônica Matta Machado. Sujeito e estrutura no comportamento eleitoral”. Revista Brasileira de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 20, p. 7-19, 1992.

BION, Wilfred R. Os Fundamentos da Psicoterapia de Grupo. Segunda Edição, Coleção Psicologia Psicanalítica, Imago Editora, 2003.

BILENKY, Marina K. Vergonha, sofrimento e dignidade. IDE, São Paulo, 2014.

BRENNER, Charles. Noções básicas de psicanálise. Introdução à Psicologia Psicanalítica. Rio de Janeiro, Imago Editora LTda, 1969.

CAJADO, Ane Ferrari Ramos; DORNELLES, Thiago; PEREIRA, Amanda Camylla. Eleições no Brasil : uma história de 500 anos. – Brasília : Tribunal Superior Eleitoral, 2014.

CASTELLS, Manuel. O Poder da Identidade - Volume II. Editora Paz e Terra, São Paulo, 1999.

CASTELLS, Manuel. Redes de Indignação e Esperança - Movimentos sociais na Era da Internet. Zahar, 2013.

CAUS, Joana D'arc Santana; BATISTA, Eraldo Carlos. Interface entre psicanálise e neurociência: uma revisão sistemática da literatura brasileira. Revista NUPEM, Campo Mourão, v. 13, n. 28, 2021

CLOSE, Caroline; HAUTE, Emilie. Emotions and Vote Choice. An Analysis of the 2019 Belgian Elections. Politics of the Low Countries, 2020. doi: 10.5553/PLC/258999292020002003006

DALTON, J. Russel. Party Identification and Its Implications. Center for the Study of Democracy, University of California, Irvine. 2016. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.72>

DAMÁSIO, R. Antonio. O ERRO DE DESCARTES. Emoção, razão e o cérebro humano. São Paulo, Companhia das Letras, 1996. Reimpressão: 1994.

DARLEY, John M.; e BATSON, Daniel, "From Jerusalem to Jerico": A study of situational and dispositional variables in helping behavior". Journal of Personality and Social Psychology, v.27, n1, 1973.

DAVID, Mário ; CAEIRO, Lara. O nascimento e o desenvolvimento da neuro-psicanálise. Vínculo [online]. 2020, vol.17, n.1, ISSN 1806-2490. <http://dx.doi.org/10.32467/issn.19982-1492v17n1p1-24>

DAVIDOVICH, Marcia Moraes; WINOGRAD, Monah. Psicanálise e Neurociências: um mapa dos debates. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 15, n. 4, p. 801-809, out./dez. 2010

DIAS, Álvaro Machado. Das 'Neurociências Aplicadas ao Marketing' ao 'Neuromarketing Integrativo' Ciências & Cognição 2012; Vol 17 (1):

DIXON, Thomas. "Emoção": a história de uma palavra-chave em crise. 2012 doi: 10.1177/1754073912445814.

EKMAN, Paul; e ROSENBERG, Erika L. What the face reveals : basic and applied studies of spontaneous expression using the facial action coding system (FACS) 2nd ed., 1997, 2005, Oxford University Press, Inc., New York.

EKMAN, Paul and FRIESEN, WALLACE V. Unmasking The Face - A guide to recognizing emotions from facial clues. Malor Books, Cambridge, 2003.

EKMAN, Paul; OSTER, Harrieh. Expresiones faciales de la emoción. Annual Review of Psychology, 1979.

FERRETTI, Marcelo Galletti; e LOFFREDO, Ana Maria. A temática darwiniana em Freud: um exame das referências a Darwin na obra freudiana. Psic. Clin., Rio de Janeiro, vol. 25, n.11, 2013.

FERREIRA, Yonã Freire; PEREIRA, Mara Dantas; SILVA, Ana Beatriz dos Anjos; CONCEIÇÃO, Luana Souza; e MENEZES, Petruska Passos. A relação entre a neurociência e a psicanálise: uma reflexão teórica. Ciências Biológicas e de Saúde, Aracaju, v. 5, n. 3, 2019.

FIGUEIREDO, Marcus. A decisão do voto: democracia e racionalidade. Belo Horizonte - UFMG. Rio de Janeiro, 2008.

FREUD, Sigmund. Psicologia das Massas e análise do Eu e outros textos, obras completas, Volume 15. Companhia das Letras, 2010.

FREUD, Sigmund. Conferência XXXI das Novas Conferências introdutórias sobre Psicanálise: 'A dissecação da personalidade psíquica', vol XXI, editora Imago, 1931.

FUKS, Mario; RIBEIRO, Ednaldo; BORBA, Julian. Antipartisanship and political tolerance in Brazil. Revista de Sociologia e Política. v. 28, n. 76, e009, 2020.

FUKS, Mario; CASALECCHI, Gabriel Avila; RIBEIRO, Ednaldo Aparecido. Determinantes contextuais da coesão do sistema de crenças democrático: evidências a partir da América Latina. Revista Brasileira de Ciência Política, no 28. Brasília, janeiro - abril de 2019, pp 7-32.

GAZZANIGA, Michael; HEATHERTON, Todd; e HALPERN, Diane; Ciência psicológica. 5. ed. – Porto Alegre : Artmed, 2018.

GERBASI, Grazielle Luiza Barizon Scopel; COSTA, Paulo José. O pensamento de Eric Kandel em publicações psicanalíticas no período entre 2001 e 2012. Anais V CIPSI - Congresso Internacional de Psicologia. Psicologia: de onde viemos, para onde vamos?, Universidade Estadual de Maringá, 2012. ISSN 1679-558X

GETHIN, Amarin; e MORGAN, Marc Democracia e Politização da Desigualdade no Brasil: 1989-2018, World Inequality Lab – Working Paper N° 2021/07.

GOELLNER, Alexandre. Psicanálise e neurociência: um diálogo (im)possível? Rev. CEPdePA, v. 27, 2020

GONÇALVES, Carlos Alberto; FILHO, Gonçalves Dias; SANTOS, Marcus Ferreira; e COSTA, Denyse Rabelo. Como o povo decide seu voto? Um estudo de caso do comportamento do eleitor. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM), 2013

GREIFENEDER, Ranier (Org.); JAFFE, Mariela; NEWMAN, Eryn J.; SCHWARX, Norbert. *The Psychology of Fake News - Accepting, Sharing and Correcting Misinformation*. Routledge Taylor e Francis Group. London and New York, 2021.

HARARI, Yuval Noah. *21 lições para o século 21*. Companhia das Letras, São Paulo, 2018

HARARI, Yuval Noah. *Homo Deus - Uma breve história do amanhã*. Companhia das Letras, São Paulo, 2016

HEREDIA, Beatriz M. A. e PALMEIRA, Moacir. *O voto como adesão. Imaginários Sociais em Movimento: Oralidade e Escrita em Contextos Multiculturais*, 2006.

JARÁIZ, Erika; LAGARES, Nieves e PEREIRA, María (2020). «Emociones y decisión de voto. Los componentes de voto en las elecciones generales de 2016 en España». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 170: 115-136. (<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.170.115>)

JOHNSON, G. Theories of emotion. In: *INTERNET Encyclopaedia of Philosophy (IEP): a peer-reviewed academic resource*, 2009. Disponível em: <https://www.iep.utm.edu/emotion/>. Acesso em: 25 de março de 2022.

KRAMERA; Adam D. I.; GUILLORYB, Jamie E.; HANCOCKB, Jeffrey T. Contágio das emoções nas redes sociais. *PNAS*, 2014. <https://www.pnas.org/doi/pdf/10.1073/pnas.1320040111>

KNOX, Andrew J. W. Civettini Knox Voters, Emotions, and Memory. *College David P. Redlawsk University of Iowa. Political Psychology*, Vol. 30, No. 1, 2009.

KRUTZEN, Henry. *O afeto que não ousa dizer seu nome: observações sobre a vergonha*. Biblioteca Virtual do Instituto VOX de Pesquisa em Psicanálise. 2019.

KURY, Mário da Gama. *Aristóteles. Política*. Universidade Federal de Brasília, Brasília, 1985.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

LAZARSELD, Paul; BERELSON, Bernard; e GAUDET; Hazel. *The People's Choice*. New York, Columbia University Press, 1948.

LE BON, Gustave. *Psicologia das Multidões*. Coleção Pensadores, Edições Roger Delraux, 1980.

LEWINSKI, P.; FRANSEN, M. L.; TAN, E.S.H. Predicting Advertising Effectiveness by Facial Expressions in Response to Amusing Persuasive Stimuli. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, N 7, 2014.

LIBRALON, Giampaolo Luiz. Modelagem computacional para reconhecimento de emoções baseada na análise facial. USP - São Carlos, 2014.

LIMA, Denise Maria de Oliveira, Diálogo entre a sociologia e a psicanálise: o indivíduo e o sujeito. EDUFBA, 2012, <https://doi.org/10.7476/9788523211806>

LOCKE, John. Dois Tratados sobre o Governo. Martins Fontes, São Paulo, 1998.

MACKUEN, Michael; MARCUS, George; NEUMAN, W. Russell, AND KEELE, Luke. The Affect Effect - Dynamics Of Emotion In Political Thinking And Behavior. Universidade de Chicago, Chicago. 2007

MARCUS, George. Democratic Theories & the Study of Public Opinion. Polity Volume 21, Number 1, Autumn 1988. <https://doi.org/10.2307/3234922>

MARCUS, George E.; NEUMAN, W. Russell; e MACKUBEN, Michael B. Measuring Emotional Response: Comparing Alternative Approaches to Measurement. Political Science Research and Methods, Vol. 5, Nº 4, 2017. doi;10.107/psrm.2015.65

MARTINEZ, Paulo. Política: Ciência, vivência e trapaça. Editora Moderna, Coleção Polêmica, 3a. Edição, 1990, São Paulo

MARTINO, Luís Mauro Sá. TEoria da Comunicação - Idéias, Conceitos e Métodos. Petrópolis, Editora Vozes, 4a. Edição revista e atualizada, 2013

MONTESQUIEU, Charles-Louis de Secondat. O espírito das leis. Rio de Janeiro, 2001.

MOREIRA, Marcelo Sevaybricker. Democracias no século XXI: Causas, Sintomas e Estratégias para superar. Lua Nova, São Paulo, 2020.

NETO, João Vitor Guedes. Voto e identificação partidária em 2018: ordenação social na política brasileira. Opinião Pública, 26 (3), 2020.

NUNES, L.K.O., LEMOS, D.C.L., RIBAS, R.C., BEHAR C.B., & SANTOS, P.P.P. Análise psicométrica da PANAS no Brasil. Ciencias Psicológicas, maio 2019; doi: 10.22235/cp.v13i1.1808

OEA - Missão de Observação Eleitoral -Eleições Gerais Brasil,2019. Acessado em 08 de setembro de 2021. <<http://scm.oas.org/pdfs/2019/CP40397PRELATORIOFINALMOEBRASIL2018.pdf>>

PAULUK, Luiz Ricardo; BALLÃO, Cléa Maria. Considerações sobre o medo na História e na Psicanálise. Fractal: Revista de Psicologia, v. 31, n. 2. 2019. doi: <https://doi.org/10.22409/1984-0292/v31i2/5569>

PEREIRA, Frederico Batista. Non causa pro causa: o voto de direita e esquerda no Brasil. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 26, no 2, maio-agosto, 2020.

PIAIA, Victor; ALVES, Marcelo. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. *Intercom - RBCC*. São Paulo, v. 43, n. 3, p.135-154, set./dez. 2020.

PIMENTEL, Jairo Tadeu Pires. Razão e Emoção: o voto na eleição presidencial de 2006. *Opinião Pública*, Campinas, Vol. 16, nº 2, 2010.

PINHEIRO, Elaine; HERZOG, Regina. Psicanálise e neurociências: visões antagônicas ou compatíveis? *Tempo psicanalítico*, v. 49, n. 1. 2017.

PIRES, Pedro; FILGUEIRAS, Alberto; RIBAS, Rodolfo; SANTANA, Cristina. Positive and negative affect schedule: psychometric properties for the Brazilian Portuguese version. *Span J Psychol*. 2013; doi: 10.1017/sjp.2013.60.

QUEIROZ, Adolfo. *Marketing Político Brasileiro: ensino, pesquisa e mídia*. Coordenador: Adolpho Queiroz. Piracicaba, 2004

RADMANN, Elis Rejane Heinemann. *O Eleitor Brasileiro - Uma Análise do Comportamento Eleitoral*, Porto Alegre, 2001.

REALE, Miguel Jr. *Nacional Populismo*. O Estado de São Paulo, 7 de março de 2020, página 2.

ROSSEAU, Jean-Jacques. *O Contrato Social*. Ed. Rediendo, 2002

SALLUM, Brasílio Jr. O Governo Itamar e a Democracia de 1988. Rio de Janeiro, *Revista Sociologia e Antropologia*, v.11.01. 2021

SALGADO, Eneida. Índice de Democracia Intrapartidária: Um modelo de medição desde o Brasil. *Revista de Investigação Constitucional*, Curitiba, vol. 7, n. 1. 2020

SANTOS, Everton Rodrigo, CASTRO, Henrique Carlos de O.; HOFFMANN, Fábio. A democracia brasileira e seus inimigos. *R. Katál.*, Florianópolis, v. 24, n. 1. 2021.

SANTOS, Gustavo Ferreira. Redes sociais, desinformação e regulação do processo eleitoral: um estudo baseado na experiência eleitoral brasileira de 2018. *Revista de Investigações Constitucionais*, V. 7, N.2, 2020.

SANTOS, Luciana Oliveira. O Medo Contemporâneo: Abordando suas Diferentes Dimensões. 2003 • <https://doi.org/10.1590/S1414-98932003000200008>

SEGOVIA, Carolina; GAMBOA, Ricardo. Between knowing and feeling: emotions and the vote in the 2017 Chilean presidential election. *OPINIÃO PÚBLICA*, Campinas, vol. 26, N 3. 2020. <http://doi.org/10.1590/1807-01912020263452>.



SINGER, André. A reativação da Direita no Brasil. São Paulo, 2021. <https://doi.org/10.1590/1807-01912021273705>.

SKIENDZIEL, Tanja; ROSCH, Andreas; SCHULTHEISS, Oliver. Assessing the convergent validity between the automated emotion recognition software Noldus FaceReader 7 and Facial Action Coding System Scoring. 2019. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0223905>

SPARENBERGUER, Cristian. Como os eleitores decidem o seu voto? Uma revisão bibliográfica do processo de decisão do eleitor. SALão do Conhecimento - Ciência para a Redução das Desigualdades, Unijuí, 2018.

TELLES, Helcimara de Souza; LOURENÇO, Luiz Cláudio; STORNI, Tiago Prata L.. Partidos, campanhas e voto: como o eleitor decide nas municipais. Sociedade e Cultura, Goiânia, v. 12, n. 1, p. 91-116, jan./jun. 2009.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: São Paulo, Atlas, 1990.

VIANA, Isabel. Comunicação não verbal e expressões faciais das emoções básicas. Revista de Letras, II, n.o 13 (2014), 165-181.

VENTURA, Dora Fix. Um Retrato da Área de Neurociência e Comportamento no Brasil. Psicologia: Teoria e Pesquisa, 2010, Vol. 26 n. especial, pp. 123-129.

ZIMERMAN, David; e OSÓRIO, Luiz Carlos (et.al). Como trabalhamos com Grupos. Porto Alegre. Artes Médicas, 1997.

ZIMERMAN, David. A importância dos grupos na saúde, cultura e diversidade Vínculo, v.4 n.4, São Paulo, 2007

WACHELKE, João F. R.; ANDRADE, Alexsandro L.; TAVARES, Lorine; NEVES, João R. L. L. Mensuração da identificação com times de futebol: evidências de validade fatorial e consistência interna de duas escalas. Arquivos Brasileiros de Psicologia, v. 60, n. 1, 2008.

WATSON, David, WIESE, David, VAIDYA, Jatin Vaidya, TELLEGEN, Auke. The Two General Activation Systems of Affect: Structural Findings, Evolutionary Considerations, and Psychobiological Evidence. Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 76. No. 5. 1999, doi: 10.1037/0022-3514.76.5.820

WATSON, David; CLARK, L. A., TELLEGEN, Auke. Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. Journal of Personality and Social Psychology, 1988. doi: 10.1037/0022-3514.54.6.1063

## **TECNOLOGIA SOCIAL: A IMPRENSA NO PROCESSO DE FORMAÇÃO CIDADÃ**

Dois importantes pontos deste estudo a identificação e as emoções, como visto na parte teórica, possuem grande influência no comportamento do ser humano. E essa condição pode ser replicada, também, para a escolha do voto, onde diversos fatores interagem com o sujeito simultaneamente, apontando os caminhos que devem ser seguidos, o que pode acontecer conscientemente ou inconscientemente.

A pesquisa de campo demonstrou que a maior parte dos eleitores 70% não fez uma análise do plano de governo do candidato no qual se pretendia votar. No mesmo sentido, a identificação com o candidato, de forma consciente, mostrou-se presente, seja ela pequena ou mais intensa, em praticamente todos os eleitores. É possível depreender, dos resultados das análises das emoções, a força que possuiu a rejeição, que apontou aquele que menos o eleitor se identifica. Esta rejeição, movida basicamente pela vergonha e medo, levou a uma ação, que foi o voto no candidato que poderia fazer frente à candidatura.

Desta forma, para reduzir os impactos desta influência, a proposta de tecnologia social versa no sentido de propor um modelo de cobertura de imprensa para o processo eleitoral, de forma que a decisão do voto se fortaleça em critérios objetivos, conhecendo e analisando as propostas de cada candidato, assim como o currículo profissional e as atividades já desempenhadas por cada candidato. Trata-se de uma forma de colocar na “agenda” dos eleitores, o que os teóricos chamam de *Agenda Setting*, essa discussão.

As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese da agenda setting. Trata-se de uma das formas possíveis de incidência da mídia sobre o público. É um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas os quais o público falará e discutirá (BARROS, 1995, p.169)

Isso se dá pelo fato de que a seleção do que a mídia aborda é o menu de assuntos que serão levados e discutidos no âmbito social. Segundo Barros (1995, p. 170), mesmo sendo os assuntos não midiáticos como os mais utilizados para conversas, “a mídia impõe os temas mais discutidos, embora na trajetória de comunicações interpessoais de cada receptor esse fato nem de longe se verifique”. A cobertura da imprensa, fortalecendo o debate técnico de governo tem o potencial de pautar o debate social e influenciar os eleitores na definição do voto com maior conhecimento dos candidatos e de suas propostas.

### **Tema**

A cobertura da imprensa no processo eleitoral

### **Problema**

Diante das emoções e da identificação dos eleitores para a definição do voto, de que maneira os veículos de imprensa podem contribuir para qualificar o debate eleitoral

### **Hipótese**

A cobertura da imprensa pode estimular o debate de propostas e reduzir a influência das emoções e da identificação do eleitor na definição do voto.

### **Objetivo Geral**

Propor uma metodologia de cobertura da imprensa do processo eleitoral de forma a dar mais elementos ao eleitor para a definição do voto.

### **Objetivos Específicos**

Propor formas de abordagem de imprensa a serem desenvolvidas durante o processo eleitoral

### **Ações a serem desenvolvidas**

A proposta apresenta algumas atividades importantes que podem ser implementadas por qualquer veículo de informação em plataforma digital, com vistas a municiar de informações os eleitores para debater sobre políticas públicas e governo para fortalecer a decisão do eleitorado.

**Formação Cidadã:** Os veículos de comunicação, responsáveis por pautar a sociedade, devem fortalecer a divulgação de reportagens e trabalhos que reforcem os valores da democracia e a importância da participação do eleitor no processo eleitoral. A sociedade deve estar convicta dos seus direitos e deveres, mas principalmente, deve reconhecer a importância de estar num Estado Democrático de Direito e também o seu papel dentro de todo este processo.

**Checagem:** Implantação de serviço de checagem de informações divulgadas pelos candidatos e de *fake news* no processo eleitoral, garantindo a informação correta aos eleitores e desmistificando o que é dito pelos candidatos. Fundamental esclarecer os eleitores sobre eventuais notícias falsas de forma que não se tornem verdades e, também, desmentir os candidatos pelo que eles falam e prometem. A checagem, por exemplo, pode ser adotada na análise do plano de governo, com a busca precisa do como fazer. Ou seja, buscar o como chegar naquele objetivo proposto pelo candidato.

**Entrevista Pingue-pongue:** entrevista realizada por jornalista, ou com vários jornalistas, com perguntas e respostas sobre propostas e trabalhos realizados pelos candidatos. É de fundamental importância para demonstrar o conhecimento que o candidato possui sobre os mais diferentes temas da administração pública. Cabe ao Executivo, neste caso, demonstrar conhecimento sobre o que existe e o que deve ser feito e como deve ser feito para a melhoria do serviço público

**Sabatina:** promoção de entrevista com a participação de especialistas de diversas áreas que questionam o candidato sobre as propostas de governo. Este modelo permite um maior aprofundamento das questões relativas ao plano de governo e a forma de executar as propostas. Com a presença de especialistas, é possível estabelecer um diálogo produtivo no sentido de demonstrar o conhecimento acerca das necessidades e como fazê-lo.

**Diário da Campanha:** para garantir a presença do processo eleitoral na mídia, é importante a apresentação das ações diárias dos candidatos para que o eleitor conheça o que o candidato faz no dia a dia. O roteiro diário da campanha é formado por compromissos relacionados aos programas e prioridades que o candidato define. Desta forma, é possível compreender as pautas prioritárias de cada candidato.

**Debate:** a realização de debate entre os candidatos é uma das formas mais comuns de estimular a participação da sociedade e como forma para que os candidatos possam discutir propostas e confrontar planos de governo. É neste espaço, que os candidatos, vão debater ideias, propostas e compromissos com o cidadão.

**Análise Curricular:** produção de reportagens com a história de cada candidato, demonstrando o que ele fez e os resultados obtidos em cada um dos cargos que ocupou, seja na área pública ou privada.

**Análise do plano de governo:** detalhar as principais propostas do plano de governo do ponto de vista técnico, com o auxílio de especialistas de diferentes áreas, discutindo a relevância de cada compromisso assumido e a sua execução. Propostas devem ser discutidas com a complementação de como deve ser executado, ou seja, se há orçamento previsto ou qual a fonte de financiamento de determinada política pública ou, ainda, condições técnicas para a sua execução.

## **Anexos**

## **ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA QUESTIONÁRIO**

**Aluno: Rafael dos Santos Oliva**

**Orientador: Prof. Doutora Thalita Lacerda Nobre**

**Curso: Mestrado em Psicologia, Desenvolvimento e Políticas Públicas**

**Pesquisa:** Emoção e identificação na definição do eleitor: um estudo dos elementos que definem o voto.

**Idade?** ( )

**Gênero** ( ) Masculino ( ) Feminino

**Quais redes sociais você usa?** ( ) não usa ( ) Instagram ( ) Face ( ) Youtube ( )  
Twitter  
( ) LinkedIn ( ) Tiktok ( ) Whatsapp

**Renda:**

( ) Até 3 salários Mínimos ( ) 4 a 6 Salários Mínimos ( ) 7 a 10 Salários Mínimos  
( ) Mais que 10 Salários Mínimos

**Qual o seu nível de Instrução?**

( ) Fundamental completo ( ) Ensino Médio Completo ( ) Ensino Médio Incompleto  
( ) Superior Completo ( ) Superior Incompleto ( ) Pós Graduado

**Você frequenta ou é simpatizante de alguma religião?** ( ) Sim ( ) Não **Qual?**

( ) Católico ( ) Evangélico ( ) Matizes Africanas ( ) Outra. Especificar

\_\_\_\_\_

**Você frequenta alguma das entidades, grupos de amigos ou locais com essa composição?**

( ) associações, câmaras ou clubes de lojistas ou empresários  
( ) associações, câmaras ou clubes de trabalhadores  
( ) Grupos religiosos ( ) Academias ou atividades esportivas em Grupo  
( ) Grupos estudantis ( ) Outros. Especificar \_\_\_\_\_

**Você se identifica com algum partido?** ( ) Sim ( ) Não

Caso de resposta sim: Qual? (\_\_\_\_\_)

**Você se identifica com algum candidato à presidência?** ( ) Sim ( ) Não

Caso de resposta sim: Qual? (\_\_\_\_\_)

**Quais características do candidato que você se identifica que mais chamam a atenção?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Dos seguintes candidatos à presidência, você poderia indicar o nível de identificação, de 0 a 5, sendo 0 (nenhum) e 5 (muito forte)?**

Simone ( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5

Ciro ( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5

Lula ( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5

Bolsonaro ( ) 0 ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5

**Em quem você votará para presidente? Espontânea**

\_\_\_\_\_ - ( ) Não Sei ( ) Branco ( ) Nulo

**Dos seguintes candidatos no disco, se a eleição fosse hoje, em quem você votaria para presidente?**

( ) Bolsonaro ( ) Lula ( ) Ciro ( ) Simone

**Dos seguintes candidatos no disco, se a eleição fosse hoje, em quem você não votaria de forma alguma?**

( ) Bolsonaro ( ) Lula ( ) Ciro ( ) Simone

**Você compartilhou ou recebeu pelas redes sociais alguma informação, notícia sobre o candidato que você pretende votar? ( ) sim ( ) Não ( ) não sei**

**Quando você tomou a definição do seu voto?**

**Você já votou neste candidato alguma vez? ( ) sim ( ) Não ( ) não sei**

**Num eventual segundo turno, entre as seguintes opções, em quem você votaria?**

( ) Bolsonaro ( ) Lula ( ) Não sei ( ) Nulo

( ) Ciro ( ) Lula ( ) Não sei ( ) Nulo

( ) Bolsonaro ( ) Simone ( ) Não sei ( ) Nulo

( ) Ciro ( ) Bolsonaro ( ) Não sei ( ) Nulo

( ) Simone ( ) Lula ( ) Não sei ( ) Nulo

**Você sabe se o seu candidato tem alguma preferência religiosa? ( ) Sim ( ) Não**

Caso de resposta sim: Qual? (\_\_\_\_\_)

**Você tomou conhecimento da íntegra do plano de governo do seu candidato antes de tomar a decisão para escolher o seu candidato?**

( ) Sim ( ) Não

**Se a resposta anterior foi Sim, você poderia citar qual tema do plano de governo mais lhe chamou a atenção?**

( ) Sim ( ) Não Qual? \_\_\_\_\_

**Você comparou o trabalho que cada candidato realizou ao longo da vida?**

( ) Sim ( ) Não

**Você conversou com alguma pessoa sobre as alternativas de votos para tomar a decisão?**

( ) Sim ( ) Não

**Em caso de sim.** Qual o nível de relação com essa pessoa? ( ) amigo ( ) pai ( ) mãe

( ) filho ( ) irmão ( ) cônjuge ( ) colegas de trabalho ( ) \_\_\_\_\_

**Você conhece e convive com mais pessoas que votam como você?** ( ) Sim ( ) Não

**Em caso de sim.** Qual o nível de relação com essa pessoa? ( ) amigo ( ) pai ( ) mãe

( ) filho ( ) irmão ( ) cônjuge ( ) colegas de trabalho ( ) \_\_\_\_\_

**Quando você ouve o nome do candidato a seguir, quais sentimentos expressam a sua opinião sobre ele?**

( ) Simone ( ) Ciro ( ) Lula ( ) Bolsonaro

1 - Alerta; 2 - Forte; 3 - Inspirado; 4 - Ativo; 5 - Orgulhoso; 6 - Entusiasta; 7 - Atento; 8 - Animado; 9 - Determinado; 10 – Interessado 11 - Angustiado; 12 - Vergonha; 13 - Hostil; 14 - Culpado; 15 - Assutado; 16 - Medo; 17 - Irritável; 18 - Nervoso; 19 - Chateado; 20 - Ansioso

**O que você leva em conta para definir o seu candidato?**

\_\_\_\_\_

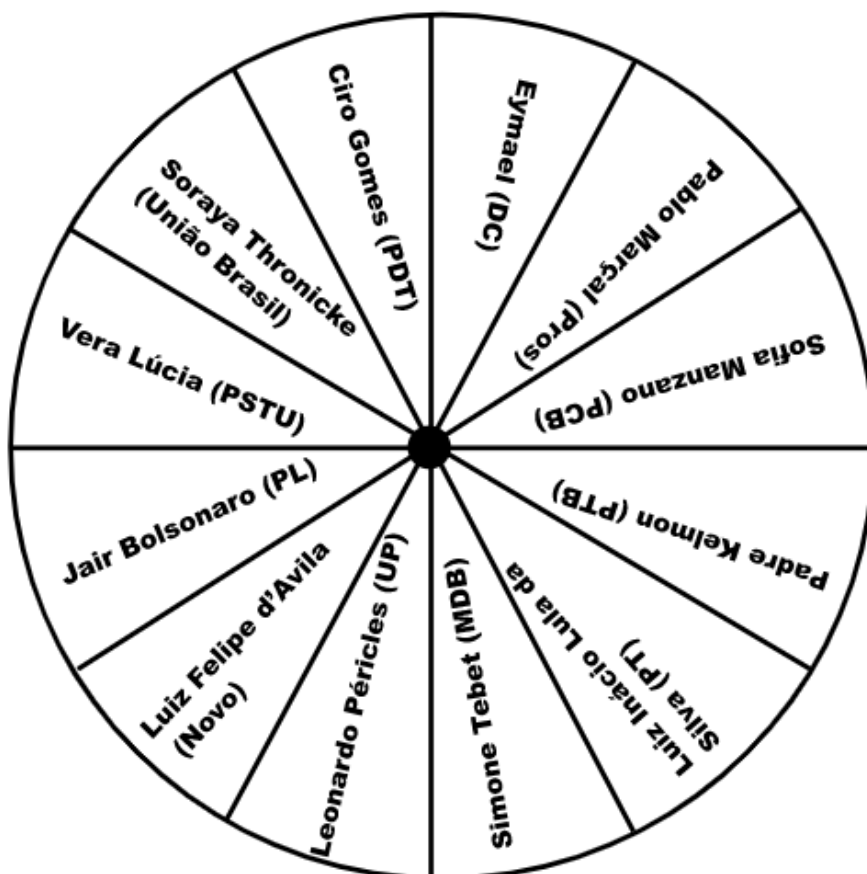
\_\_\_\_\_

**Quais meios de comunicação você se utiliza para obter informações do seu candidato?**

( ) portais de jornais ( ) facebook ( ) Instagram ( ) Whatsapp ( ) jornais

( ) Rádio ( ) Televisão ( ) Outros





## ANEXO 2 – TERMO DE CONSENTIMENTO AOS PARTICIPANTES DA PESQUISA

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(Resolução CNS 510/16)

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa intitulada: **Emoção e identificação na definição do eleitor: um estudo dos elementos que definem o voto**, realizada pelo pesquisador responsável Rafael dos Santos Oliva e pela assistente Dra. Thalita Lacerda Nobre.

O convite está sendo feito a você porque você é eleitor, com domicílio eleitoral em Santos/SP e maior de 18 anos. Sua contribuição é valiosa para nossa pesquisa, porém é importante que seja espontânea. A seguir serão explicados os itens que compõem o referido estudo. Também é importante salientar que em qualquer momento da pesquisa, você poderá solicitar os esclarecimentos que achar necessário bem como se recusar, desistir da participação ou obter algum retorno sobre o resultado dos instrumentos aplicados, bem como sobre a pesquisa em si. Para isso, disponibilizamos os contatos dos pesquisadores que são os seguintes: 1. Pesquisador responsável Mestrando Rafael dos Santos Oliva (tel. 13 99121-4047, e-mail: rafaeloliva@unisantos.br) e 2. Assistente da pesquisa profa. Dra. Thalita Lacerda Nobre (13 997116399, e-mail: thalita.nobre@unisantos.br).

Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Católica de Santos, órgão responsável pela avaliação e acompanhamento dos aspectos éticos de todas as pesquisas envolvendo seres humanos, com o objetivo de garantir a dignidade, os direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes de pesquisas. Por isso, caso você tenha dúvidas, perguntas, reclamações sobre o estudo ou queira obter qualquer outra informação sobre seus direitos como participante desta pesquisa, convidamos a entrar em contato com o CEP cujo endereço é Av. Conselheiro Nébias, 300, Vila Mathias-Santos/SP. Prédio administrativo, sala 202, telefone (13) 3205- 5555 ramal 1254. O horário de funcionamento é de terça à quinta-feira, das 12:00 às 18:00hs ou pelo e-mail comet@unisantos.br

Lembramos, também que todas as informações coletadas neste estudo serão confidenciais, seus dados pessoais (idade, respostas à entrevista, resultados obtidos pela aplicação do software de análise de expressões faciais) ou qualquer outro dado que o possa identificar não serão divulgados em momento algum. Somente o pesquisador e a assistente terão conhecimento dos resultados. O processo será gravado em vídeo para coleta de dados complementares e nenhuma imagem será exposta na dissertação de mestrado ou publicizada. Além disso, as imagens ficarão de posse do pesquisador e, após a análise e coleta dos dados, elas serão destruídas.

Uma vez apresentada e tendo esclarecido sobre as informações da pesquisa, o aceite se dará por meio da assinatura ao final desse termo. Você obterá uma cópia desse documento. A seguir, serão apresentadas as principais informações sobre a pesquisa:

**Objetivos da pesquisa:** Compreender se as emoções despertadas pelas propagandas eleitorais e os elementos que geram identificação com os candidatos à presidência são relacionados com a intenção de voto.

**Justificativa:** Propiciar reflexão acerca dos critérios pessoais para a escolha dos candidatos à presidência e com isso possibilidade de discussão sobre a cobertura da imprensa durante o processo eleitoral.

**Procedimentos metodológicos:** Será realizada uma entrevista, com o questionário semi-estruturado. Em seguida, serão apresentados vídeos com trechos de programas eleitorais dos candidatos à Presidência da República e a reação do participante será analisada por meio de software que analisa expressões faciais.

**Benefícios em participar da pesquisa:** A partir dos resultados obtidos, em se confirmado a hipótese norteadora, o objetivo é criar um projeto para a cobertura da mídia do processo eleitoral, de forma a contribuir com o processo de escolha dos candidatos pelos eleitores. Ou seja, estimular o debate sobre os candidatos e de políticas públicas, deixando de lado a subjetividade da escolha.

**Riscos em participar da pesquisa:** Os riscos relacionados à exibição das propagandas são baixos, pois são peças de comunicação dos candidatos à presidência já exibidas nas mídias e nas redes sociais, podendo gerar, momentaneamente, alguma irritação ou euforia. A aplicação acontecerá em ambiente controlado, em sala preparada para não haver interferências, e poderá ser interrompida imediatamente caso o voluntário sinta qualquer desconforto, sem prejuízo ao estudo. A assistente de Pesquisa, Profa. Dra. Thalita Lacerda Nobre, é Psicóloga registrada no conselho regional de Psicologia e poderá fazer a análise e o encaminhamento adequado em caso de algum desconforto durante a pesquisa.

**Privacidade:** Os pesquisadores se comprometem a analisar os dados de modo sigiloso, sem uso de qualquer imagem ou informação que possa identificar os pesquisados e o material coletado em vídeo será apagado após a análise dos dados.

**Acesso a resultados parciais ou finais da pesquisa:** Os participantes poderão ter acesso aos resultados da pesquisa ao entrar em contato com os pesquisadores.

**Custos envolvidos pela participação da pesquisa:** Não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar pelos participantes, ocorrendo de forma voluntária.

**EU, \_\_\_\_\_,**  
**CPF \_\_\_\_\_, ESTOU DE ACORDO COM A MINHA PARTICIPAÇÃO**  
**VOLUNTÁRIA DESTA PESQUISA. POR MEIO DESTE TERMO, FUI INFORMADO(A)**  
**SOBRE OS OBJETIVOS, OS PROCEDIMENTOS REALIZADOS, OS RISCOS, OS**  
**BENEFÍCIOS E OS DIREITOS QUE ME AUXILIAM BEM COMO SOBRE O FATO QUE**  
**POSSO DESISTIR A QUALQUER MOMENTO QUE DESEJAR.**

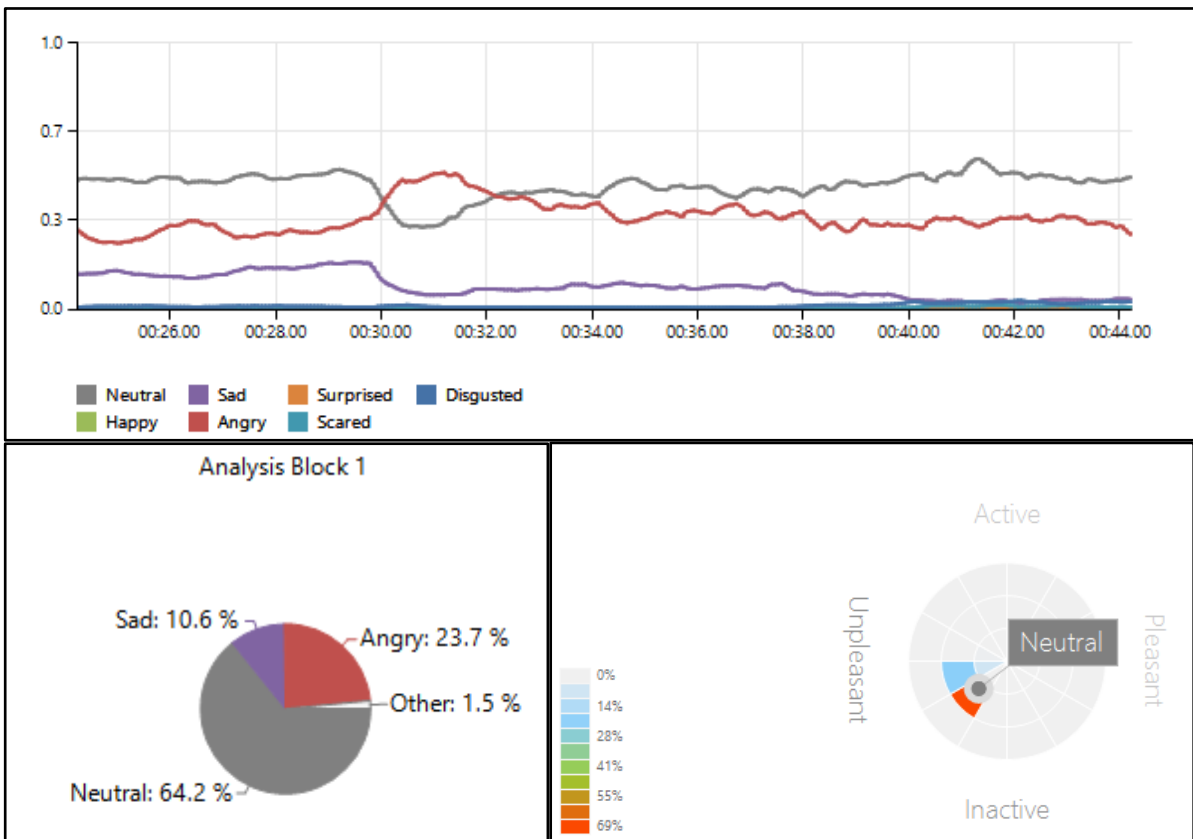
Participante: \_\_\_\_\_

Pesquisador: \_\_\_\_\_

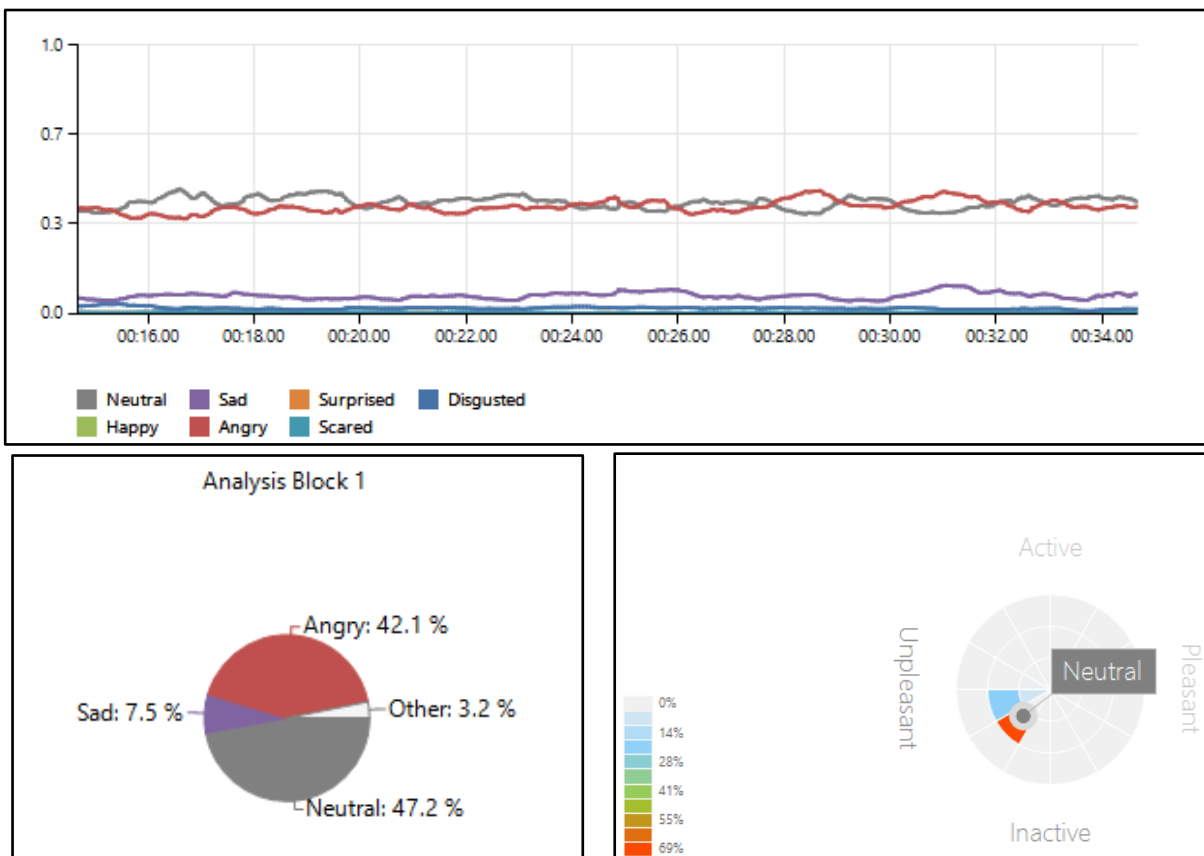
Santos, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022

### ANEXO 3 – GRÁFICOS DAS ANÁLISES DAS EXPRESSÕES FACIAIS

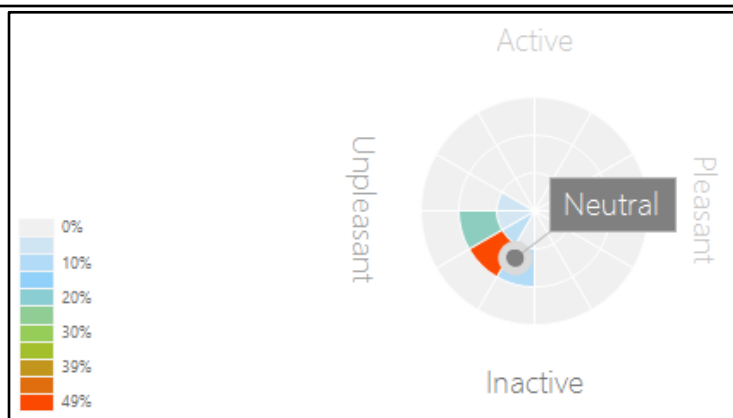
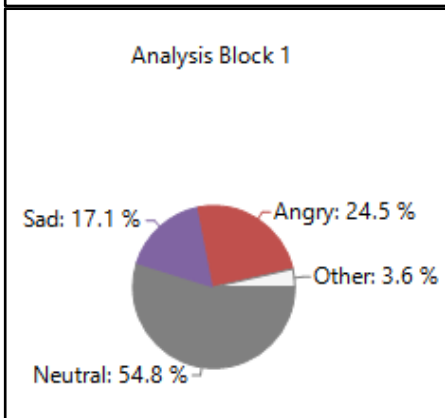
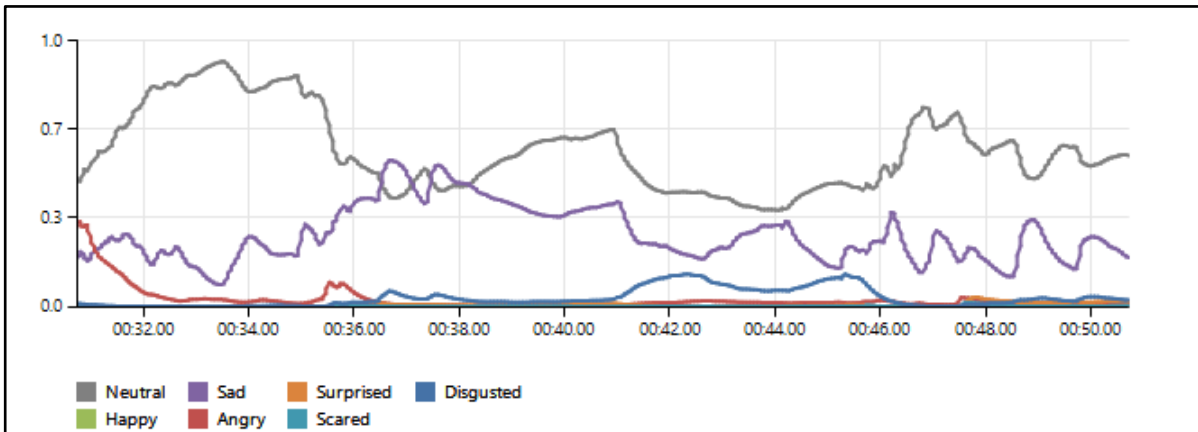
Participante 1 - Vídeo 1



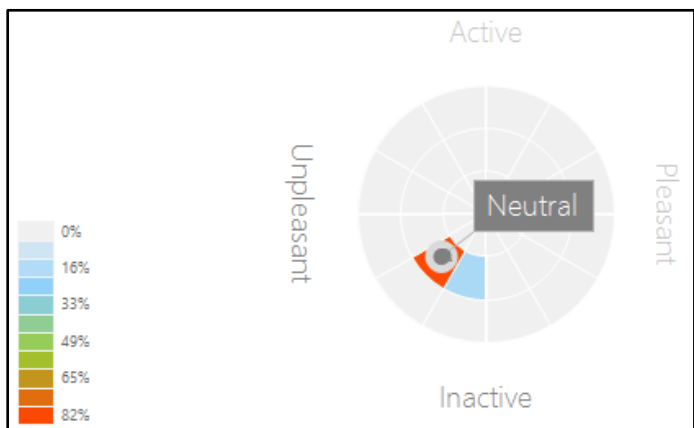
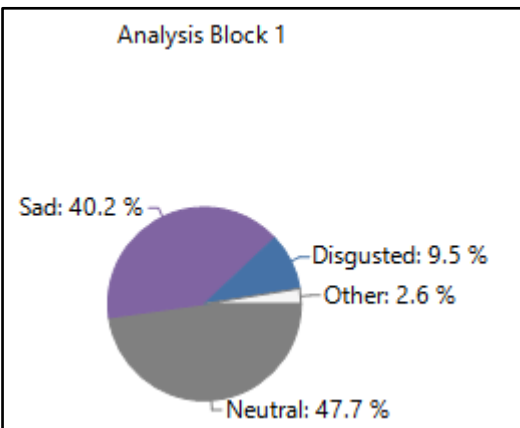
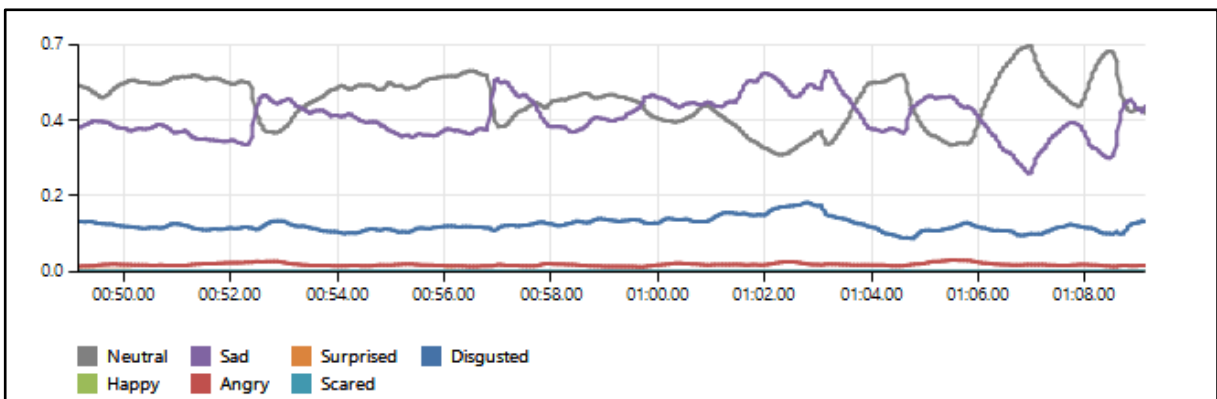
Participante 1 - Vídeo 2



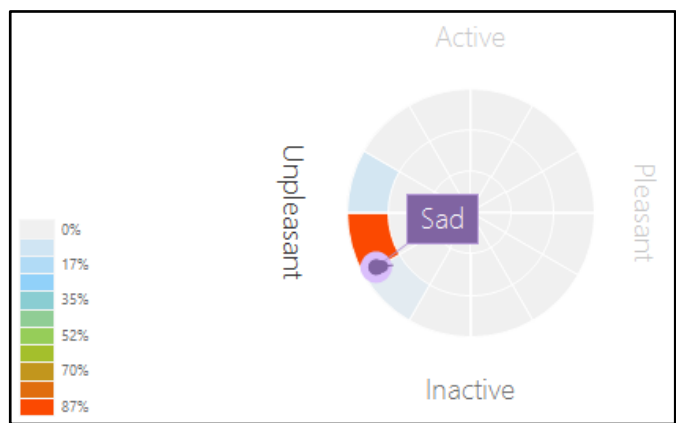
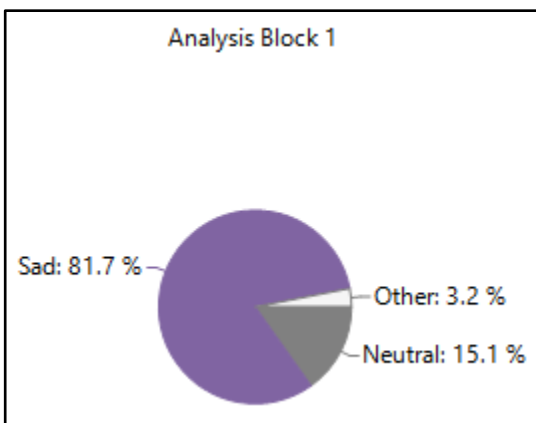
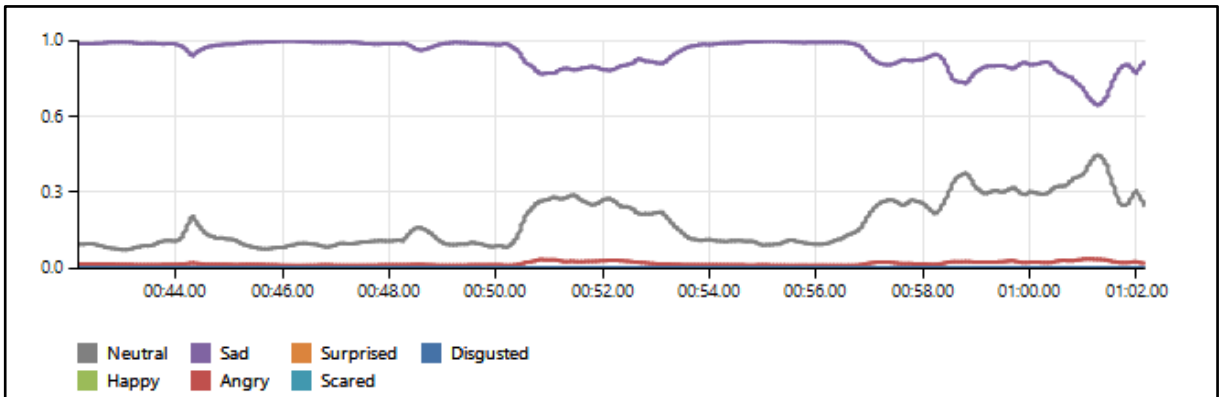
Participante 1 - Vídeo 3



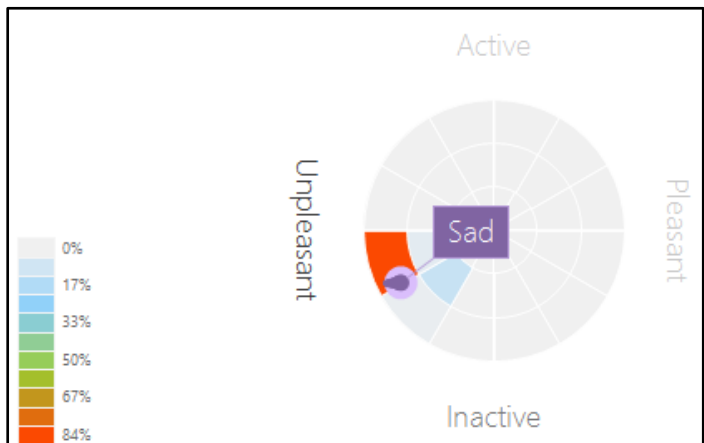
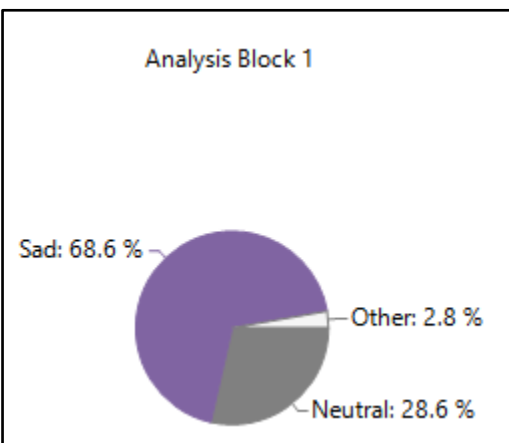
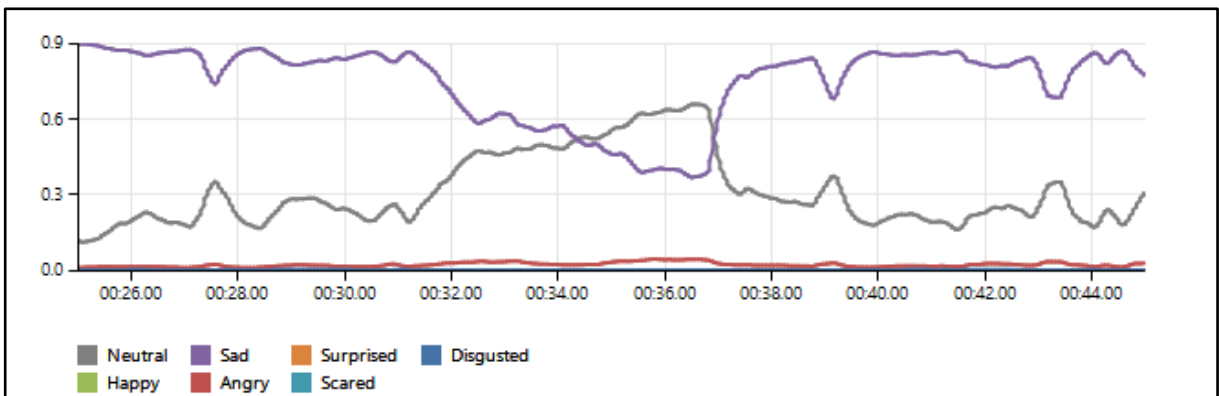
Participante 1 - Lula



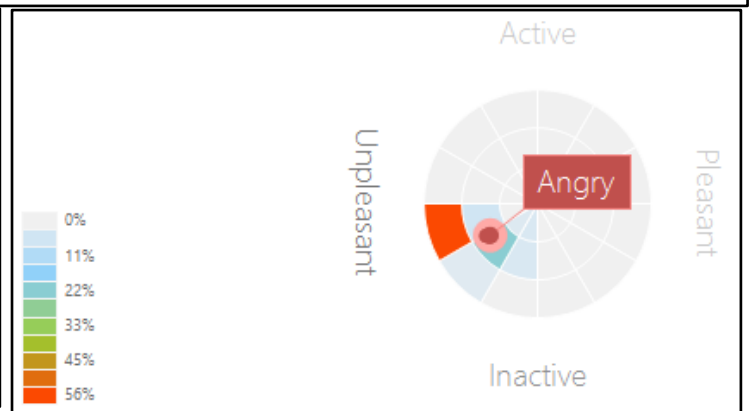
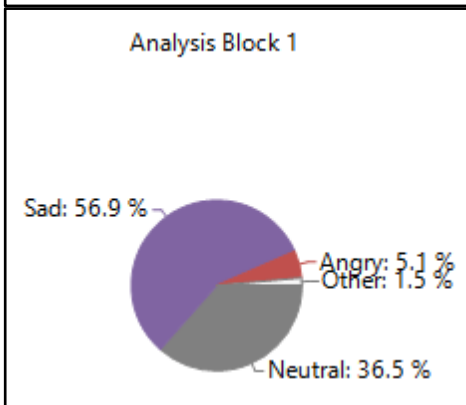
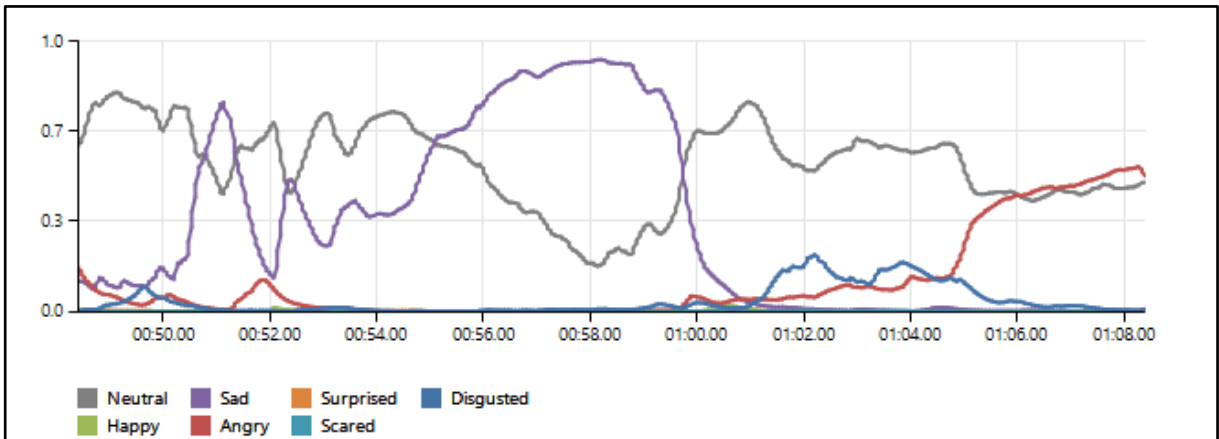
Partecipante 1 - Bolsonaro



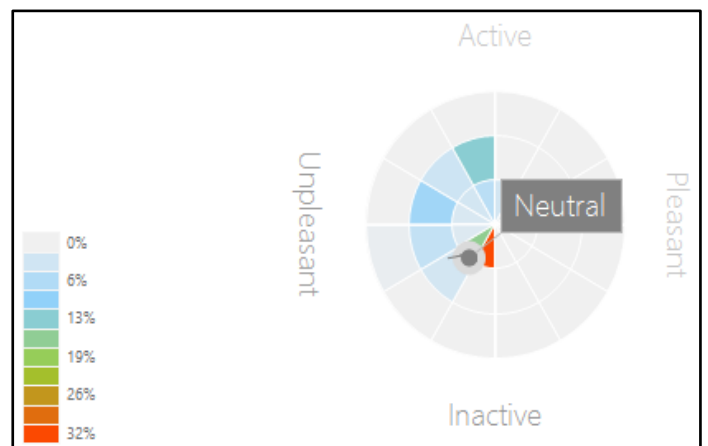
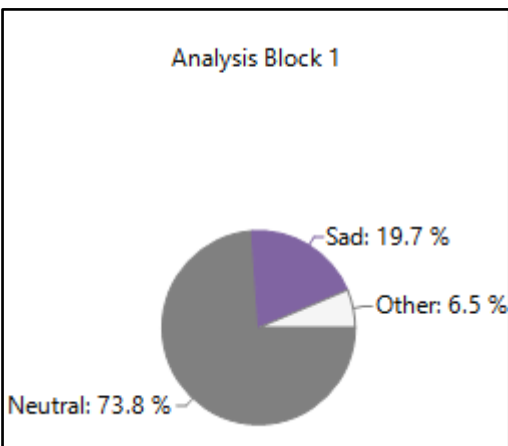
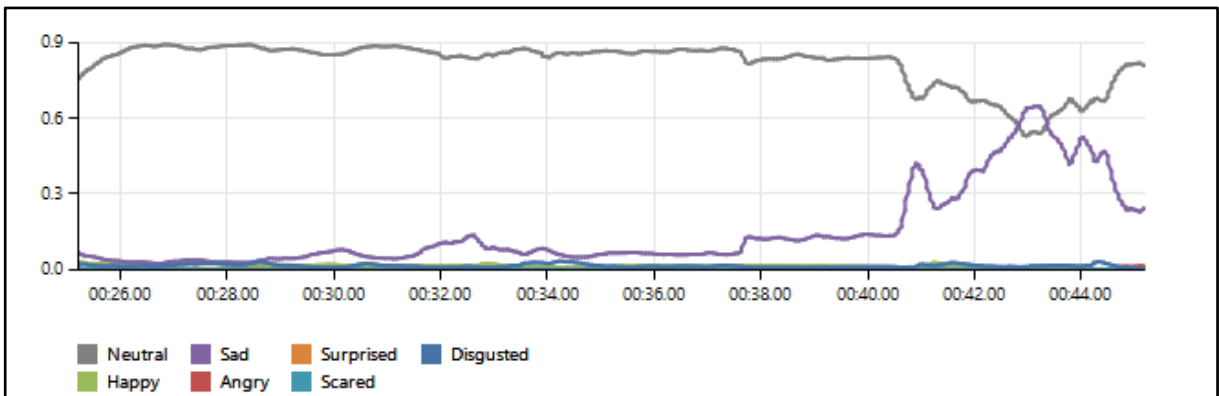
Partecipante 1 - Ciro



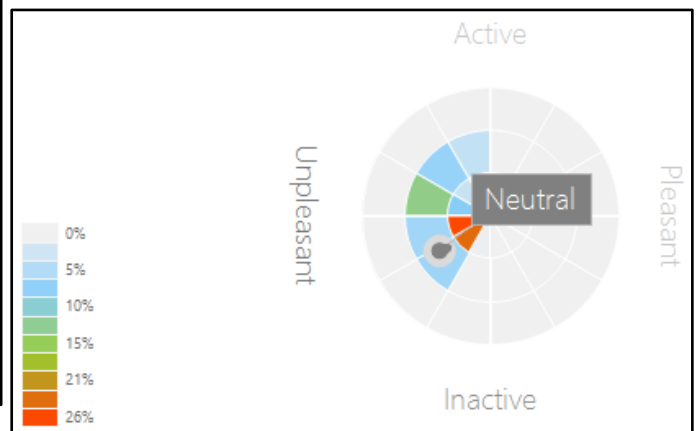
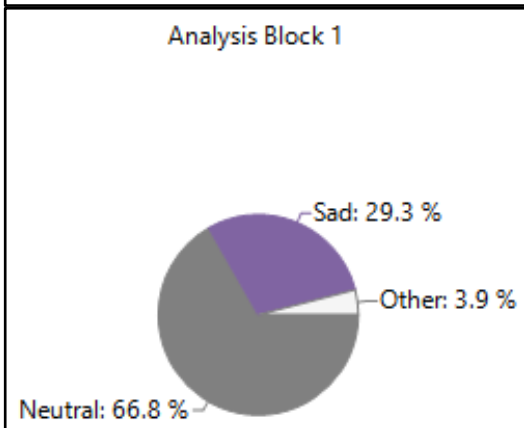
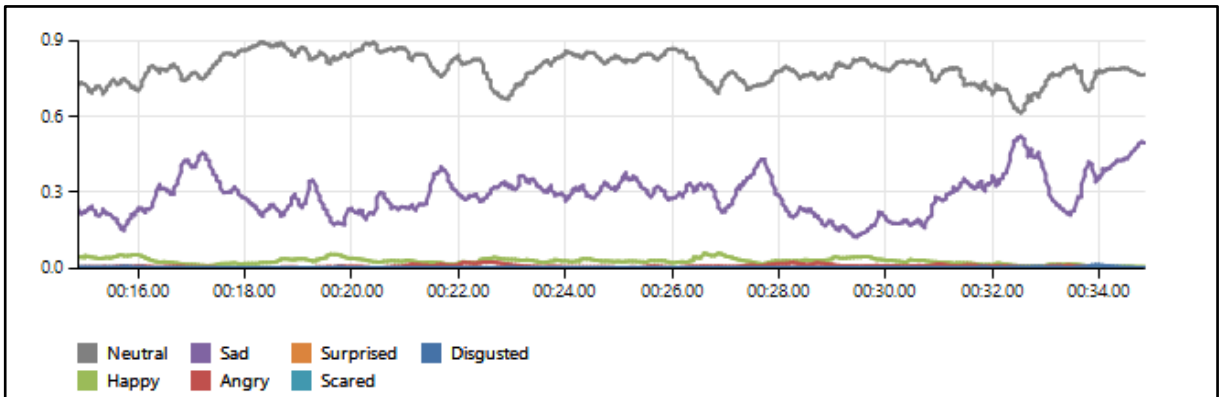
Partecipante 1 - Simone



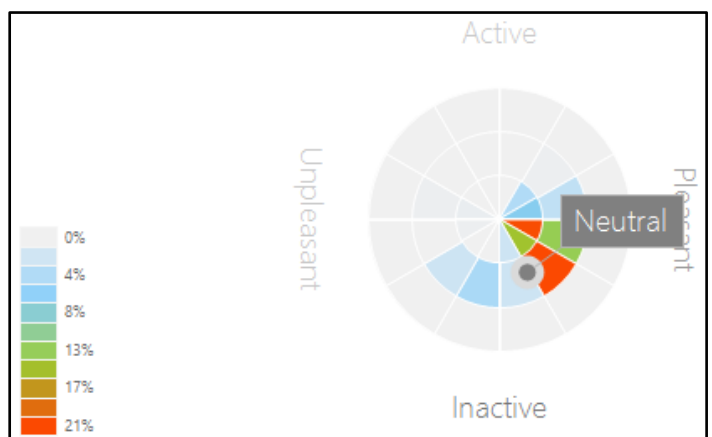
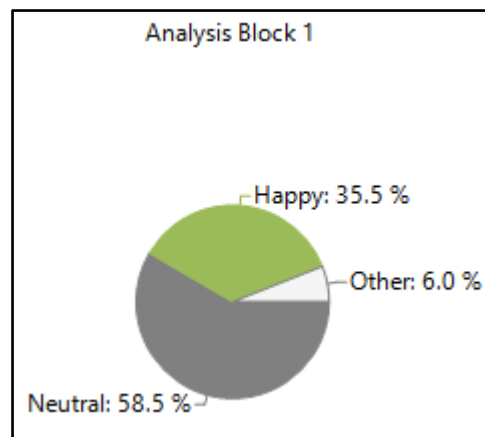
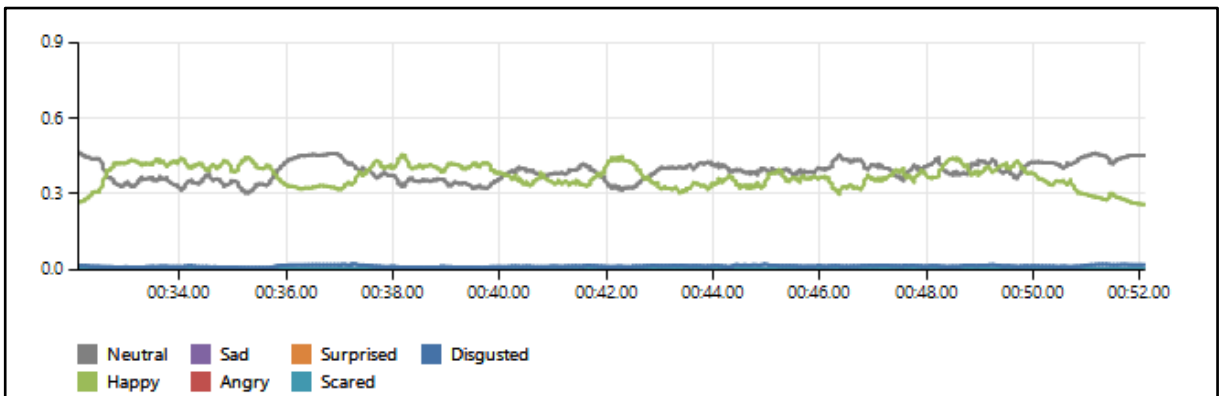
Partecipante 2 - Video 1



Participante 2 - Vídeo 2

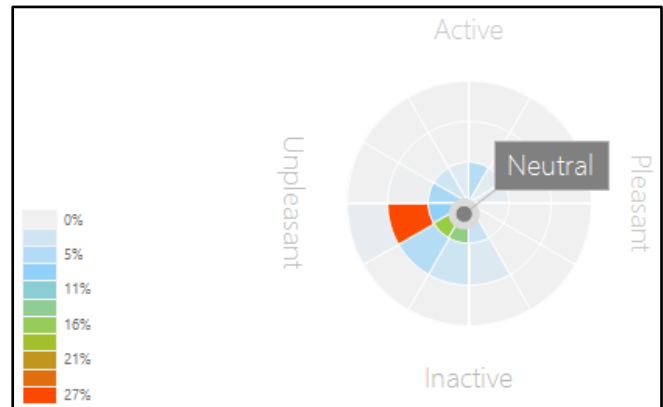
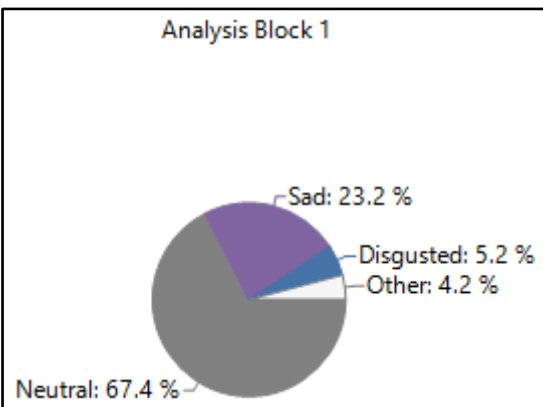
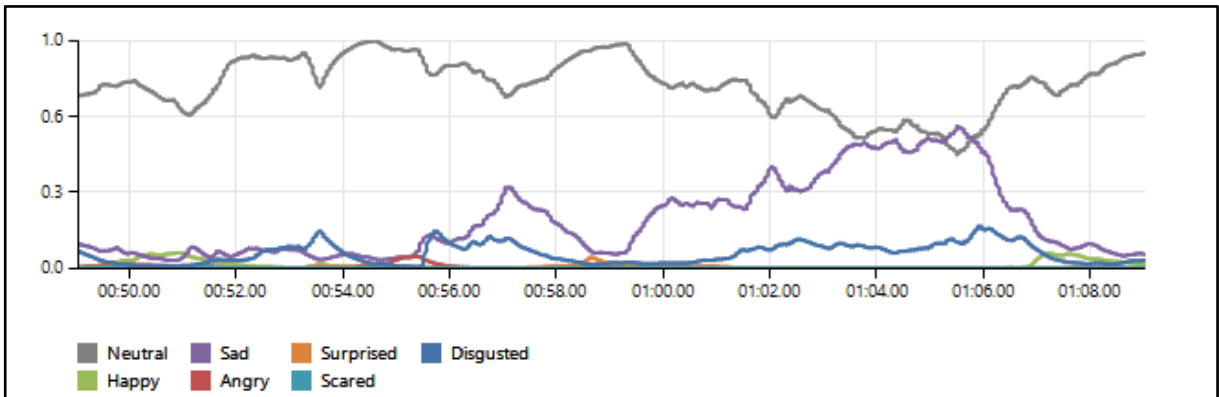


Participante 2 - Vídeo 3

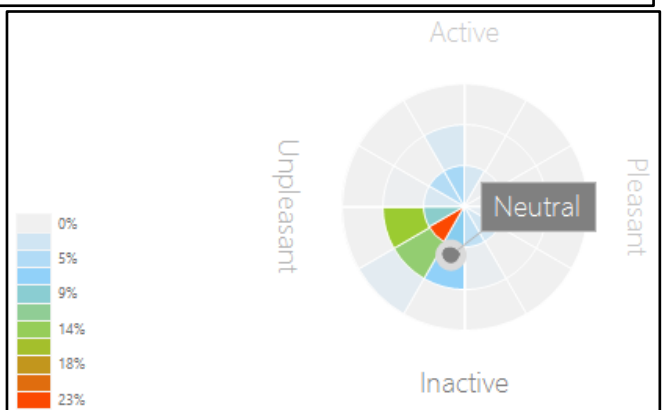
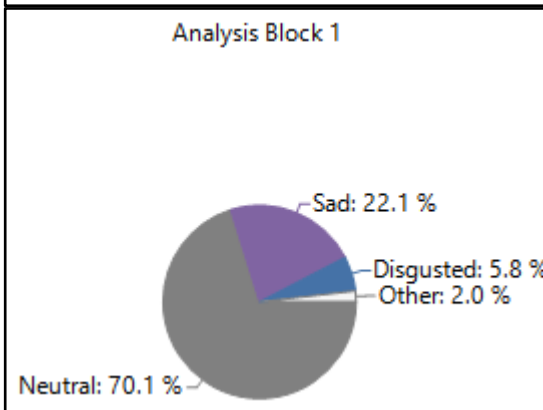
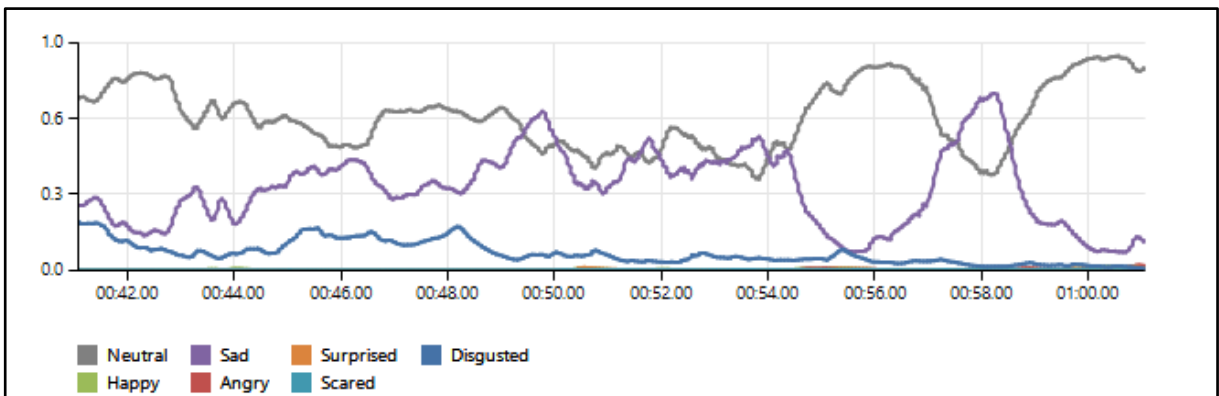




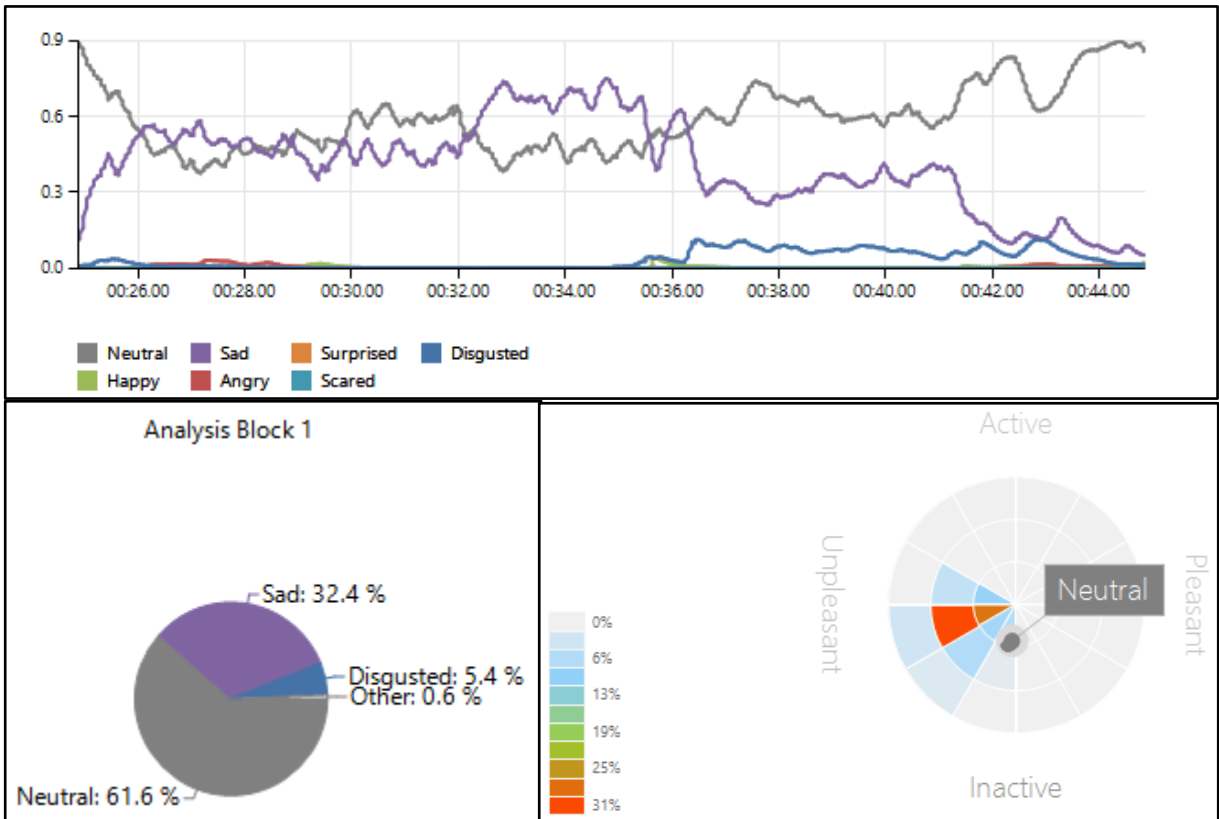
Participante 2 - Lula



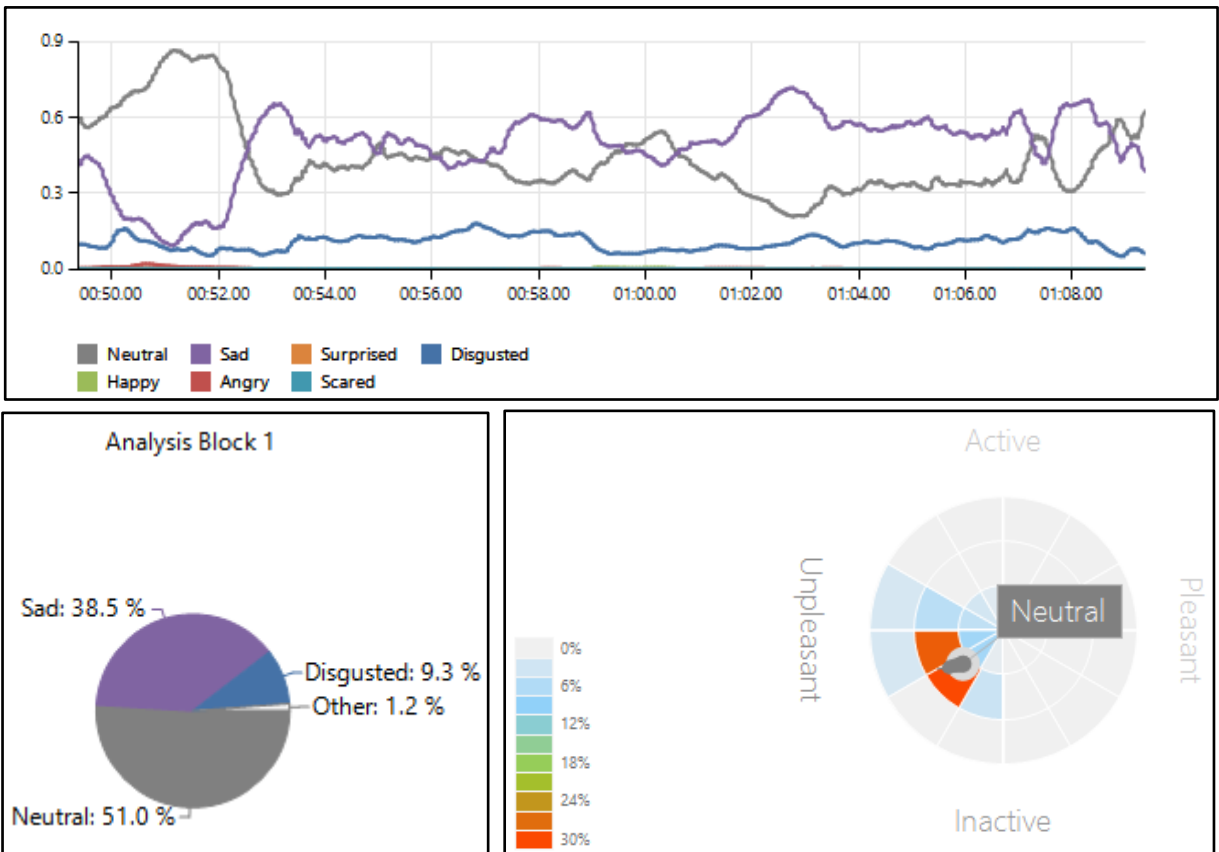
Participante 2 - Bolsonaro



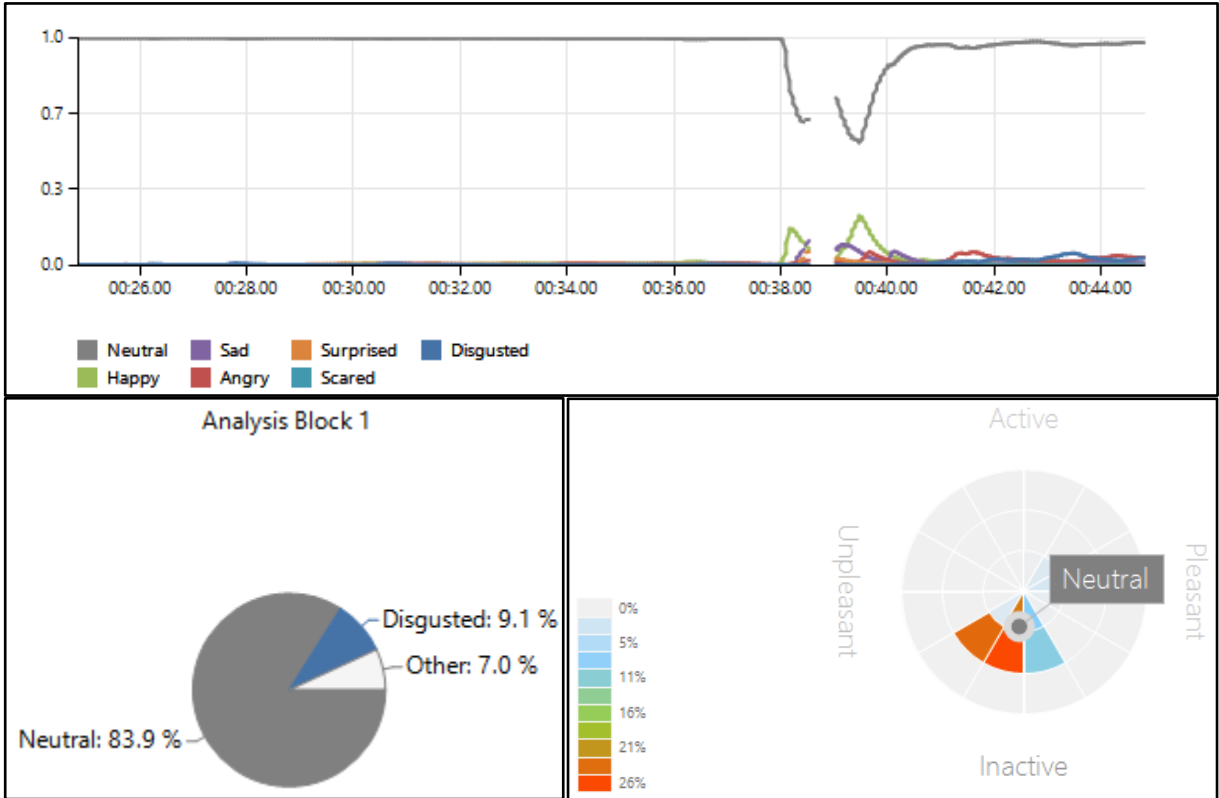
Partecipante 2 - Ciro



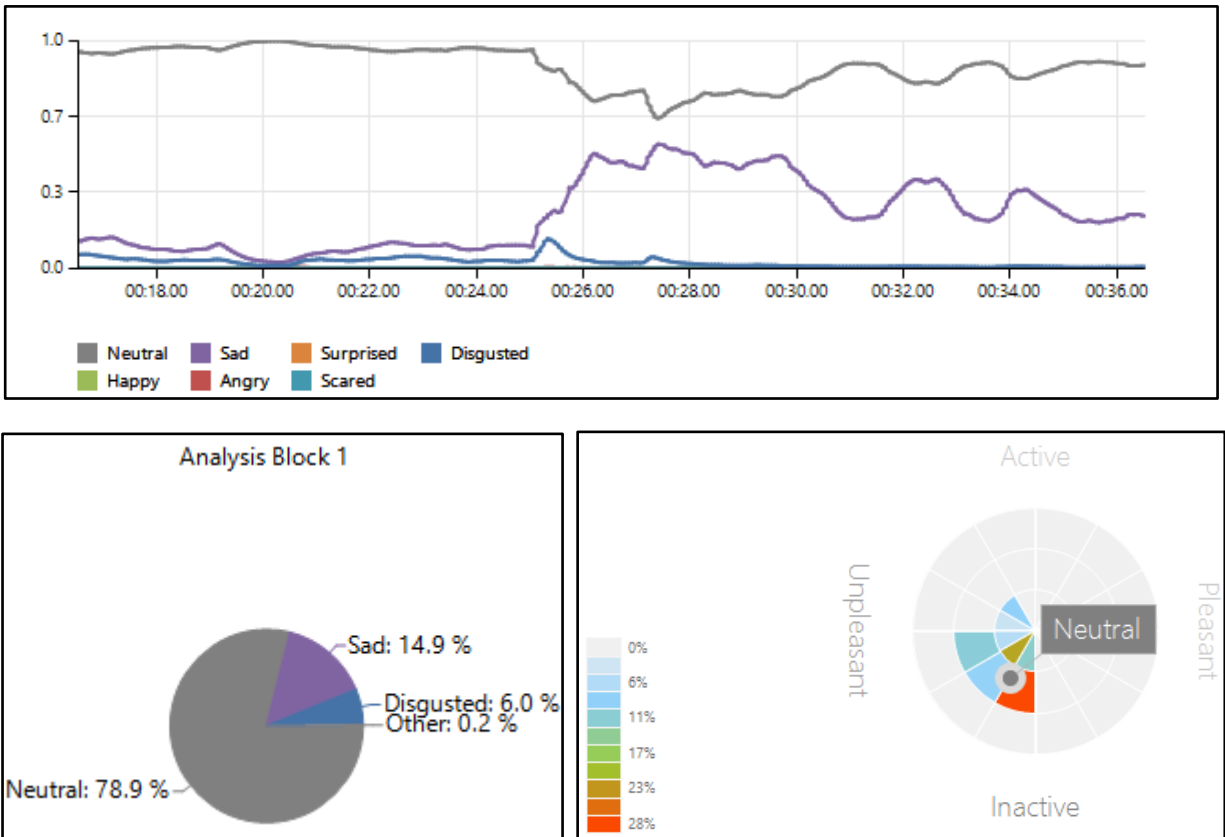
Partecipante 2 - Simone



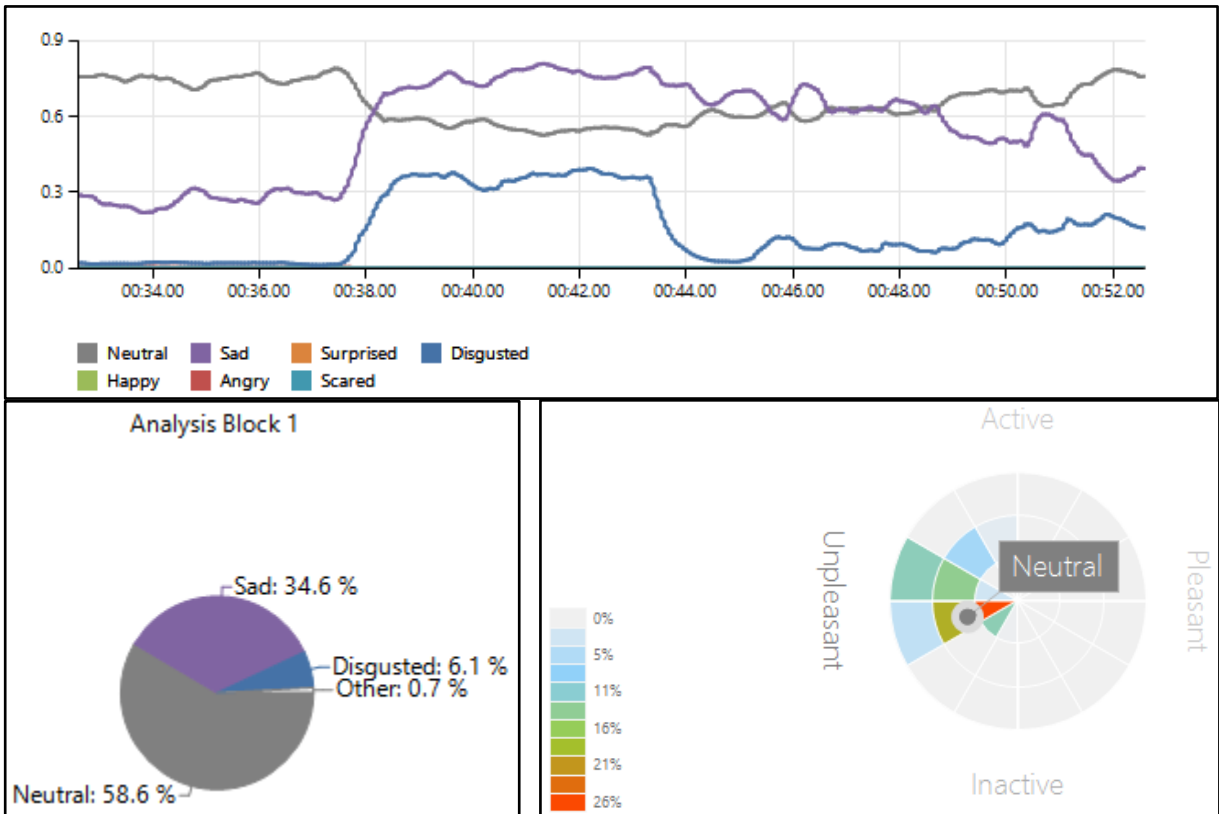
Participante 3 - Vídeo 1



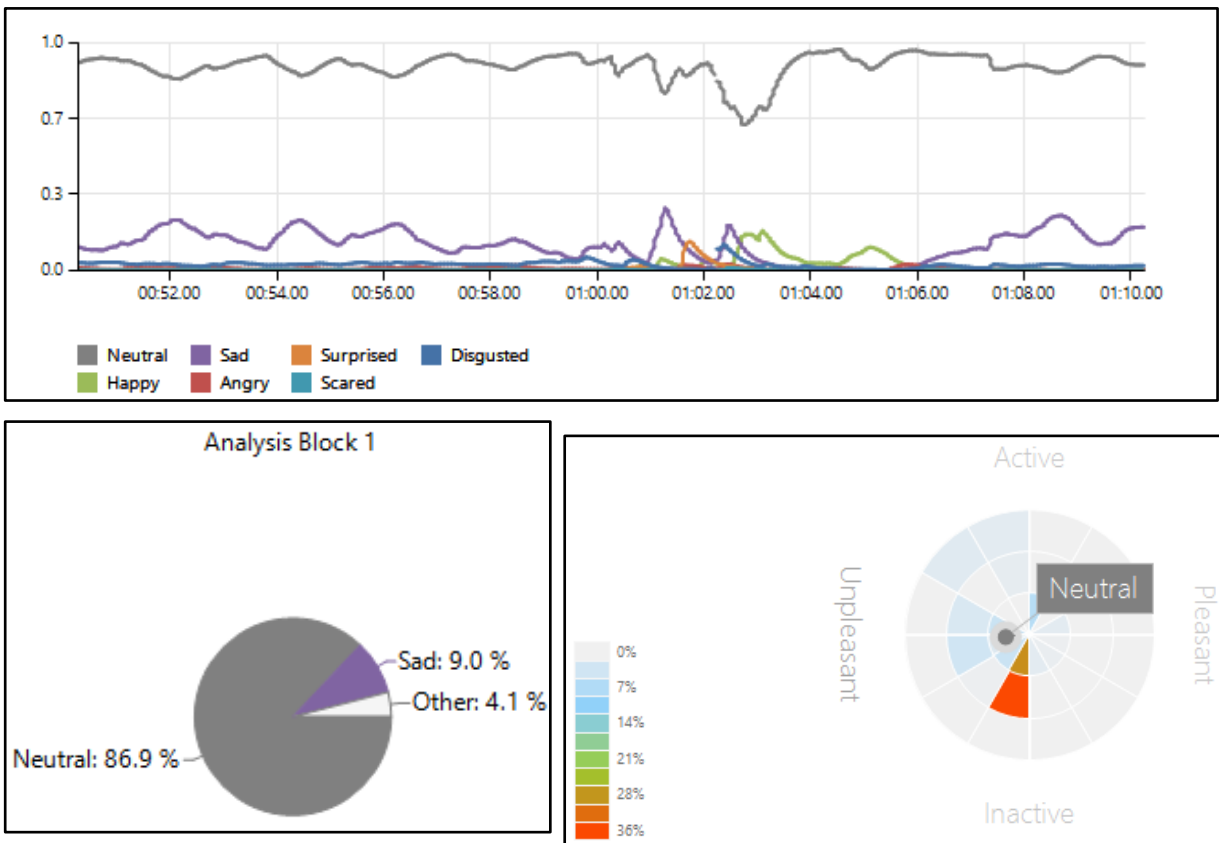
Participante 3 - Vídeo 2



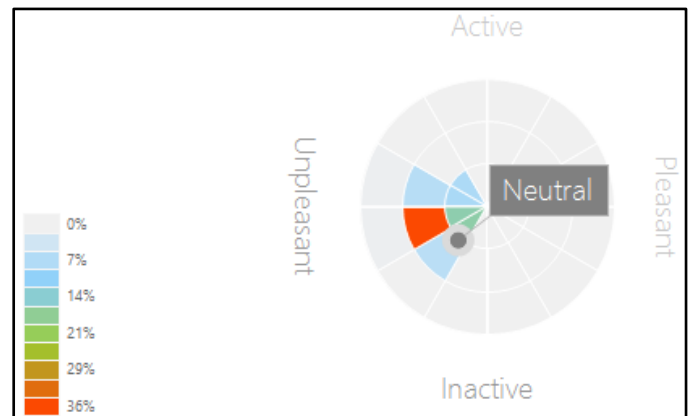
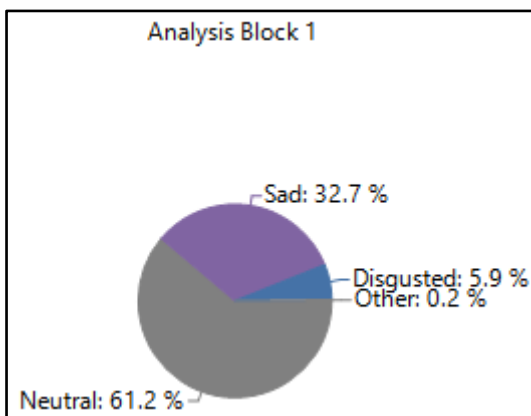
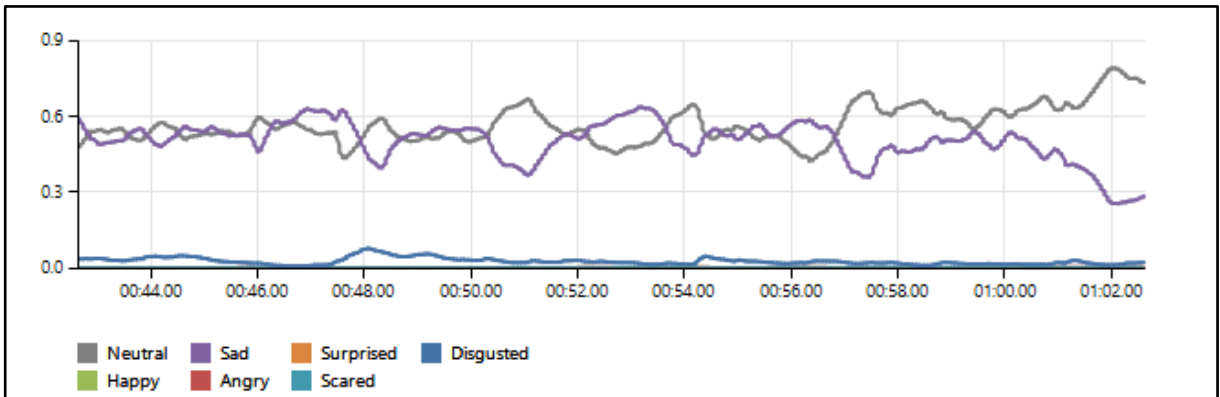
### Participante 3 - Vídeo 3



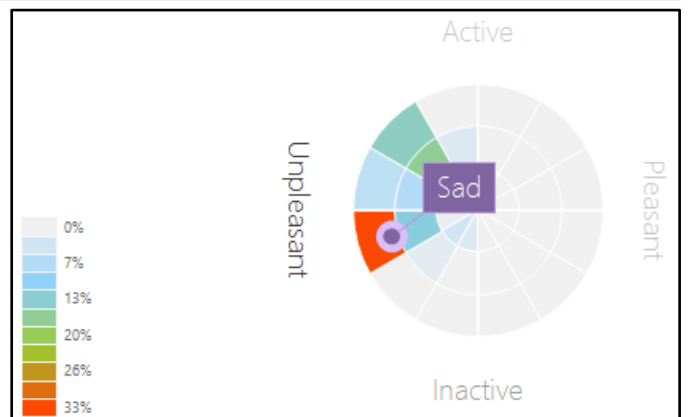
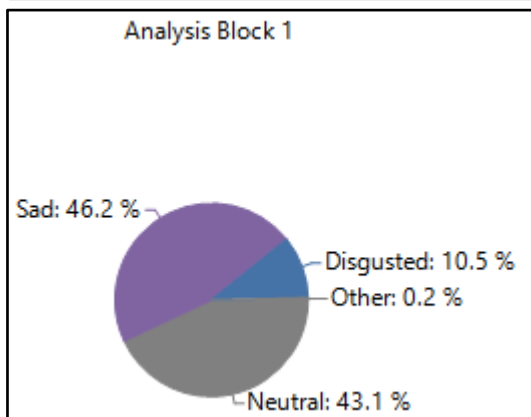
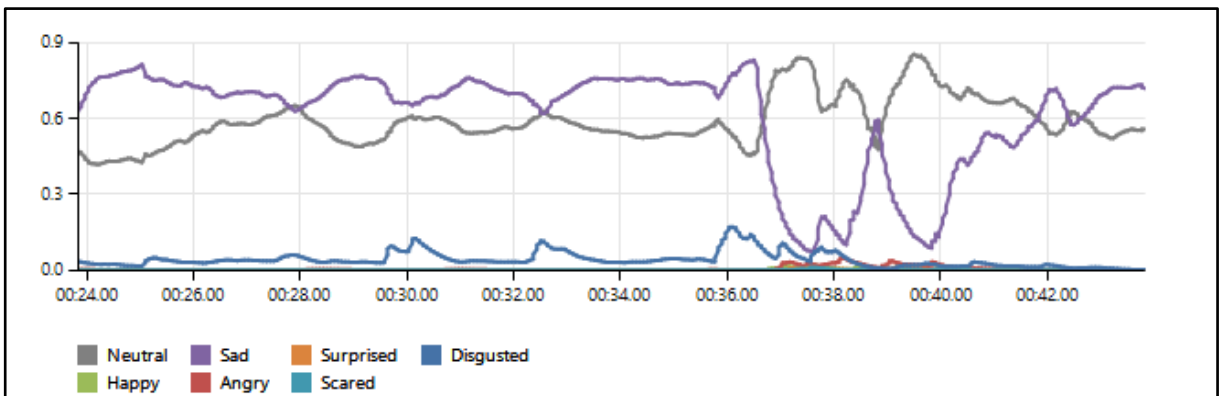
### Participante 3 - Lula



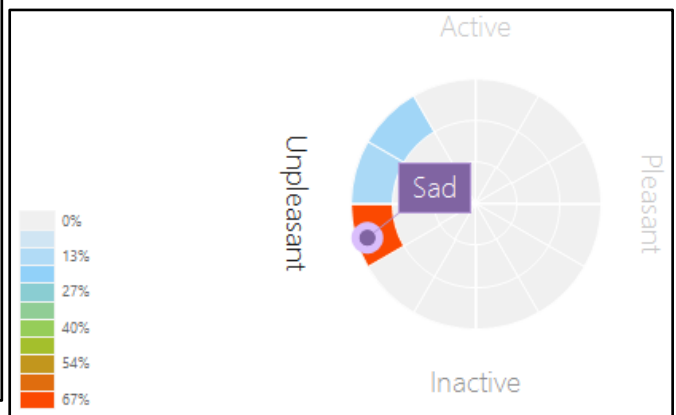
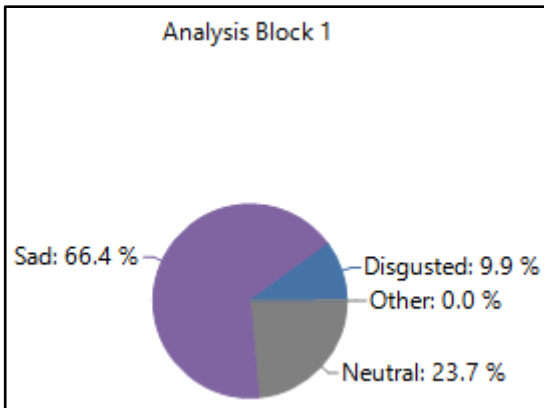
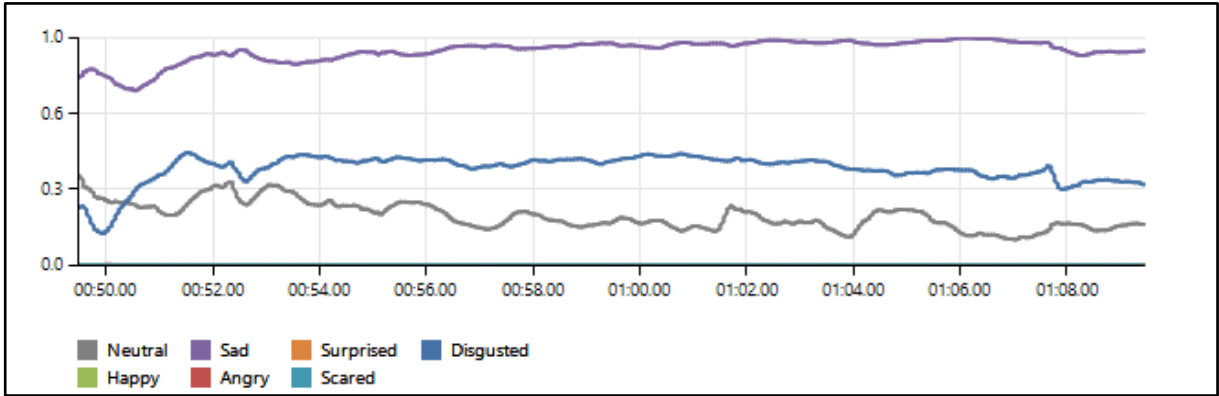
Partecipante 3 - Bolsonaro



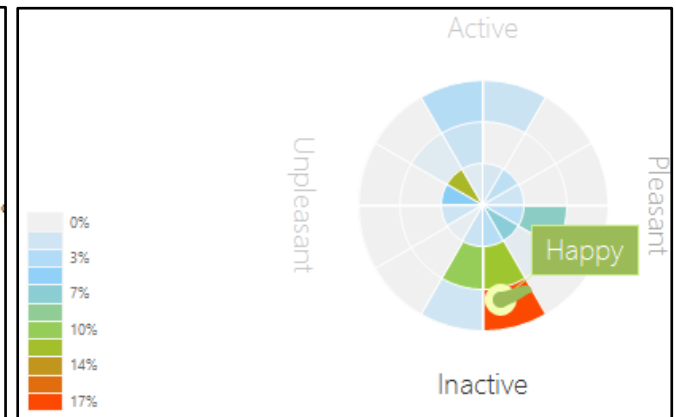
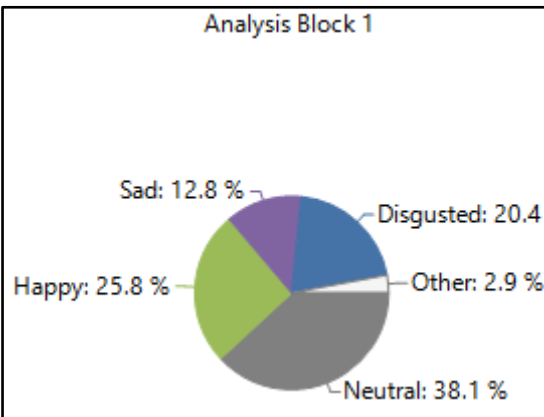
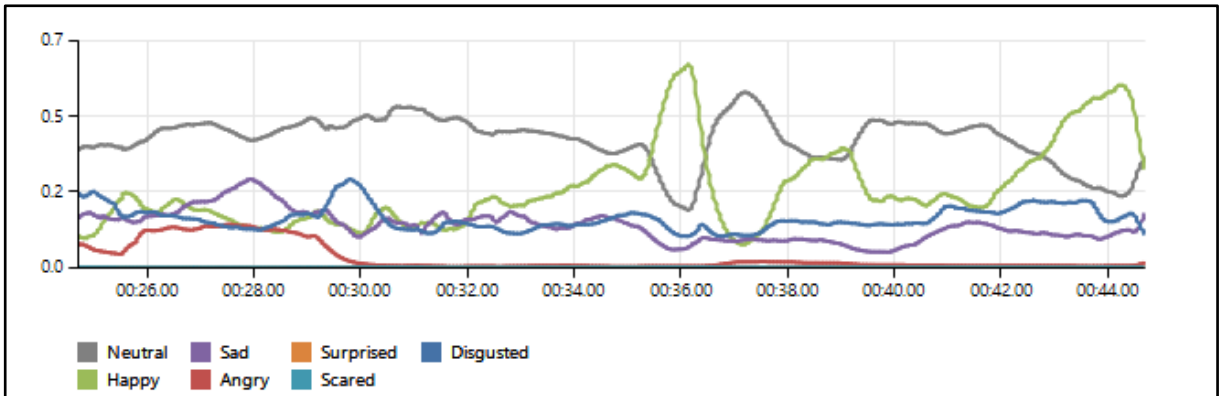
Partecipante 3 - Ciro



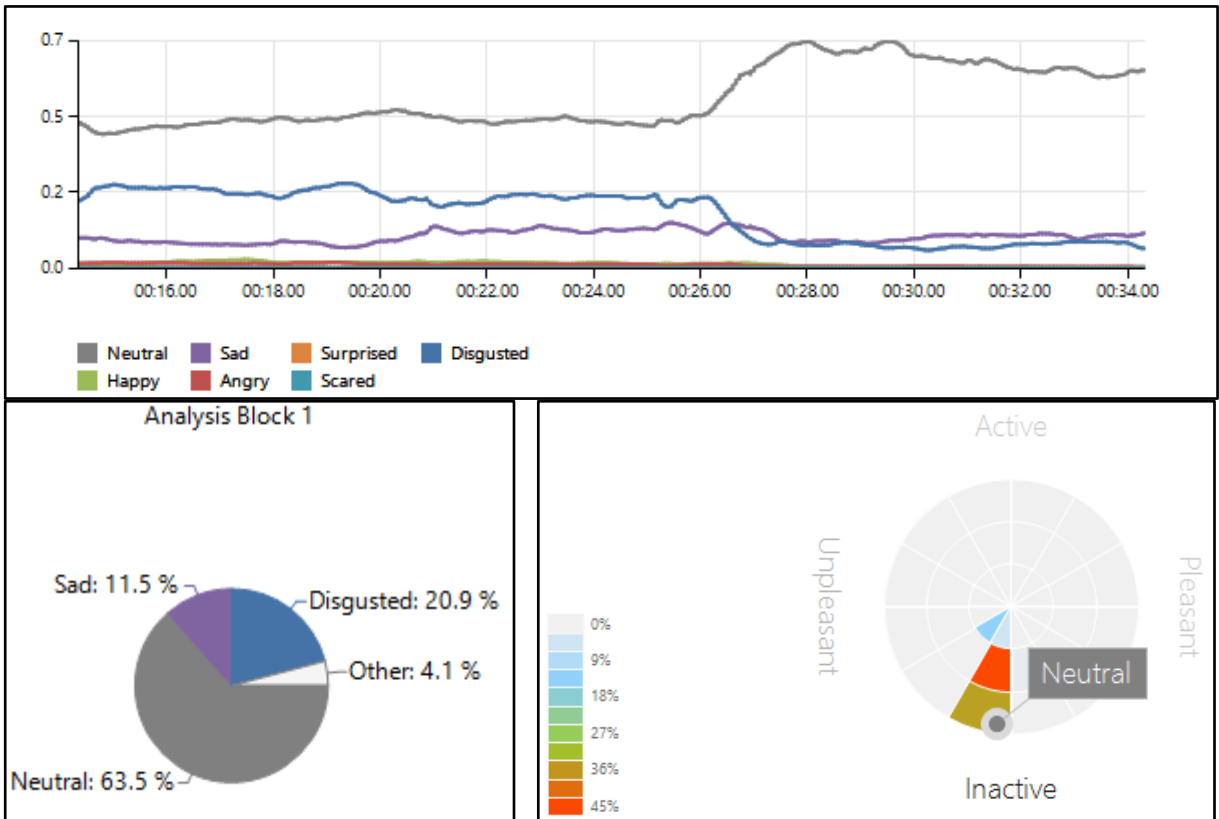
Partecipante 3 - Simone



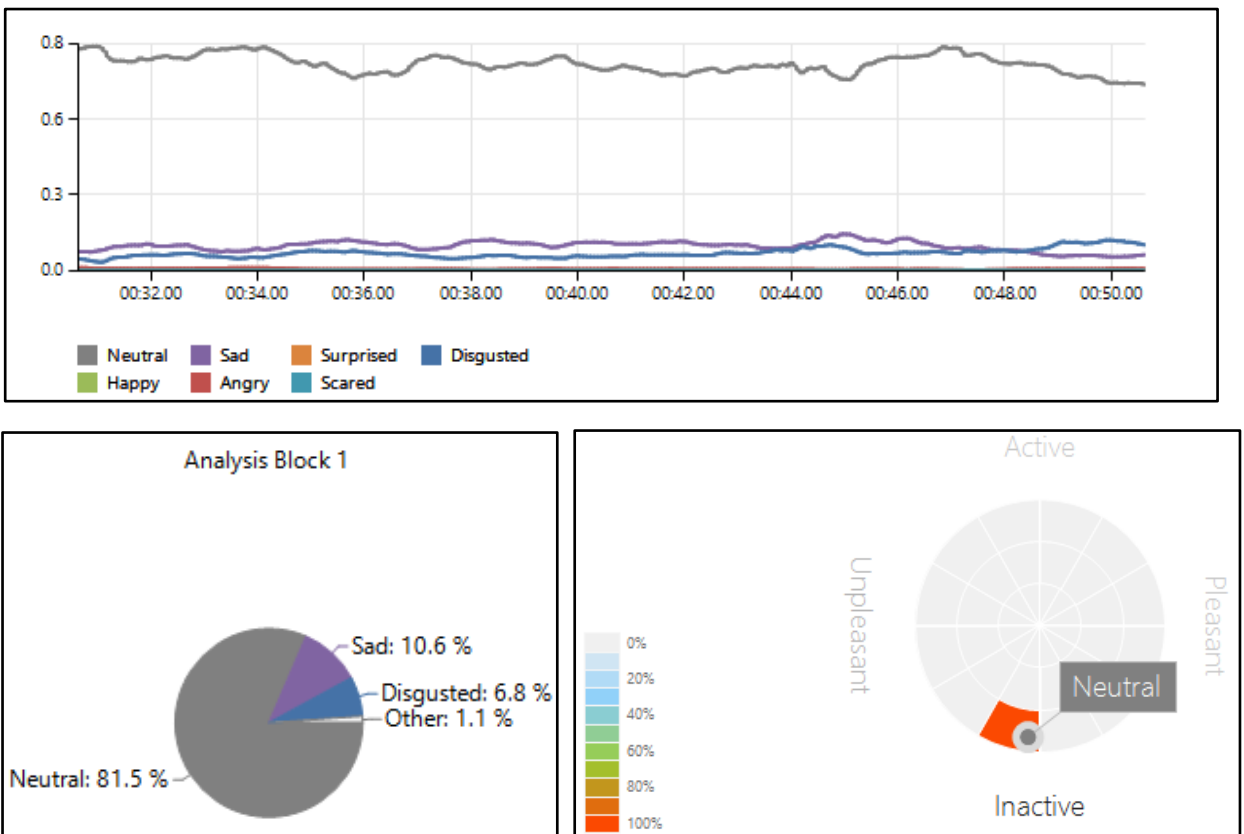
Partecipante 4 - Vídeo 1



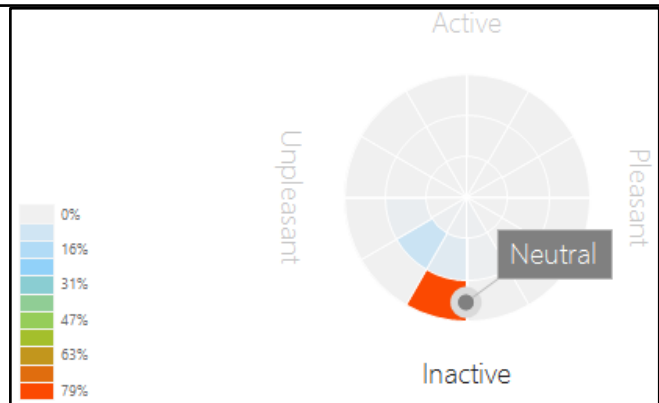
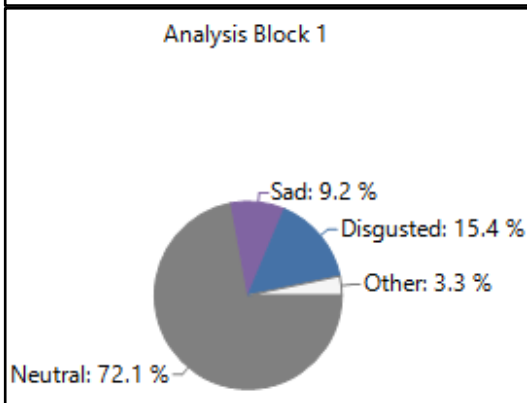
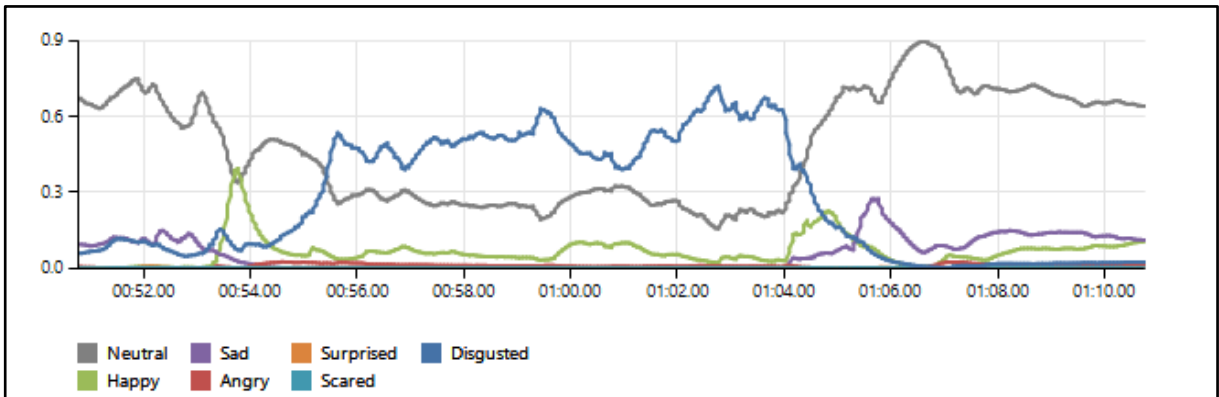
Participante 4 - Vídeo 2



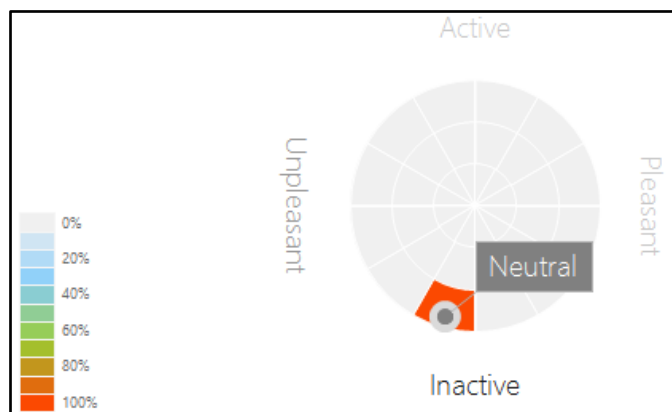
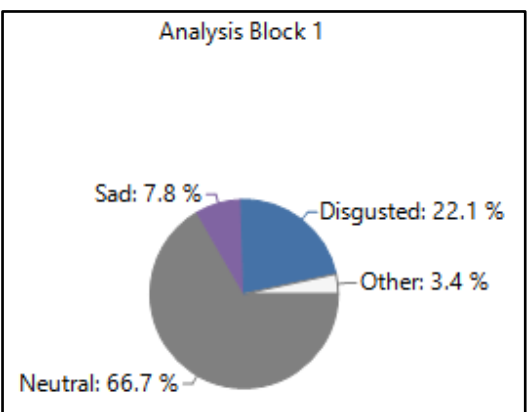
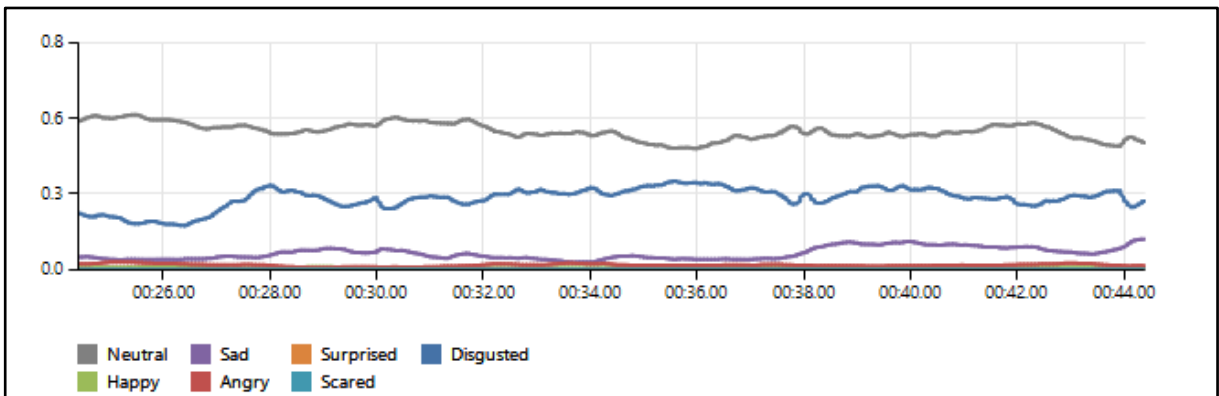
Participantes 4 - Vídeo 3



Participante 4 - Lula

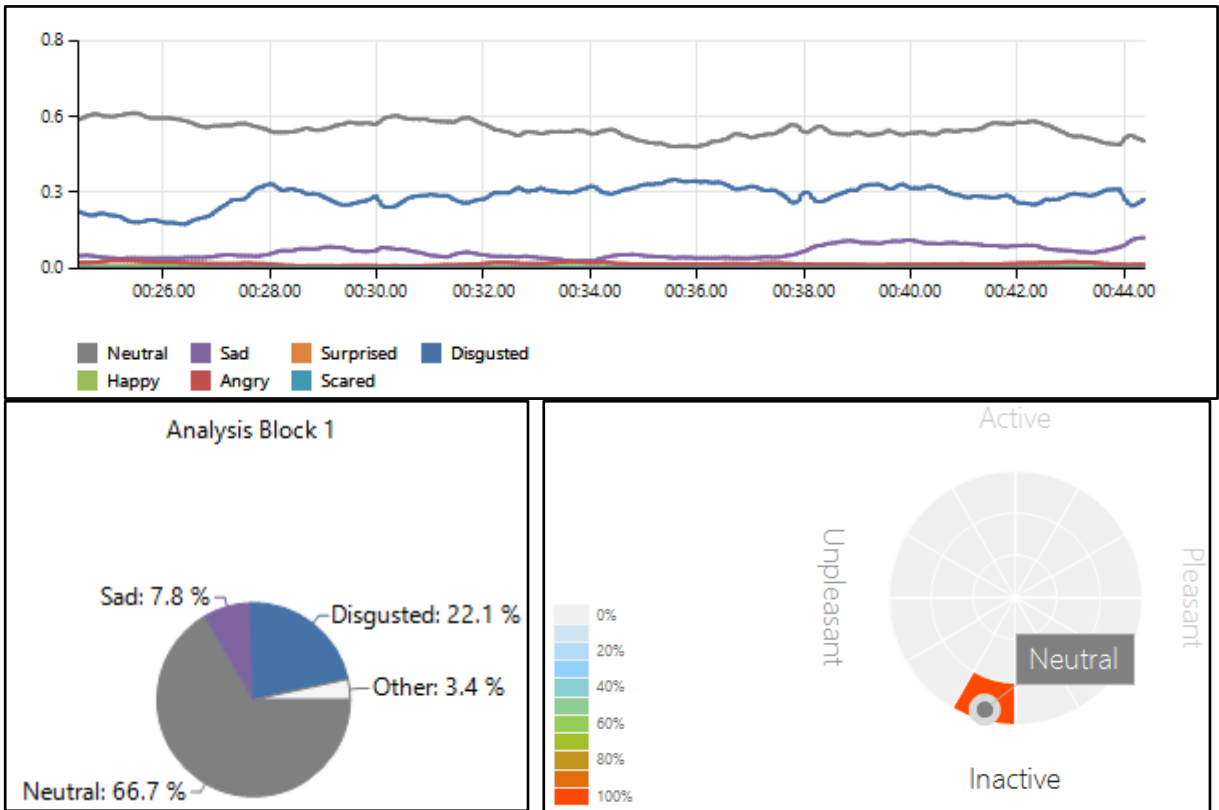


Participante 4 - Bolsonaro

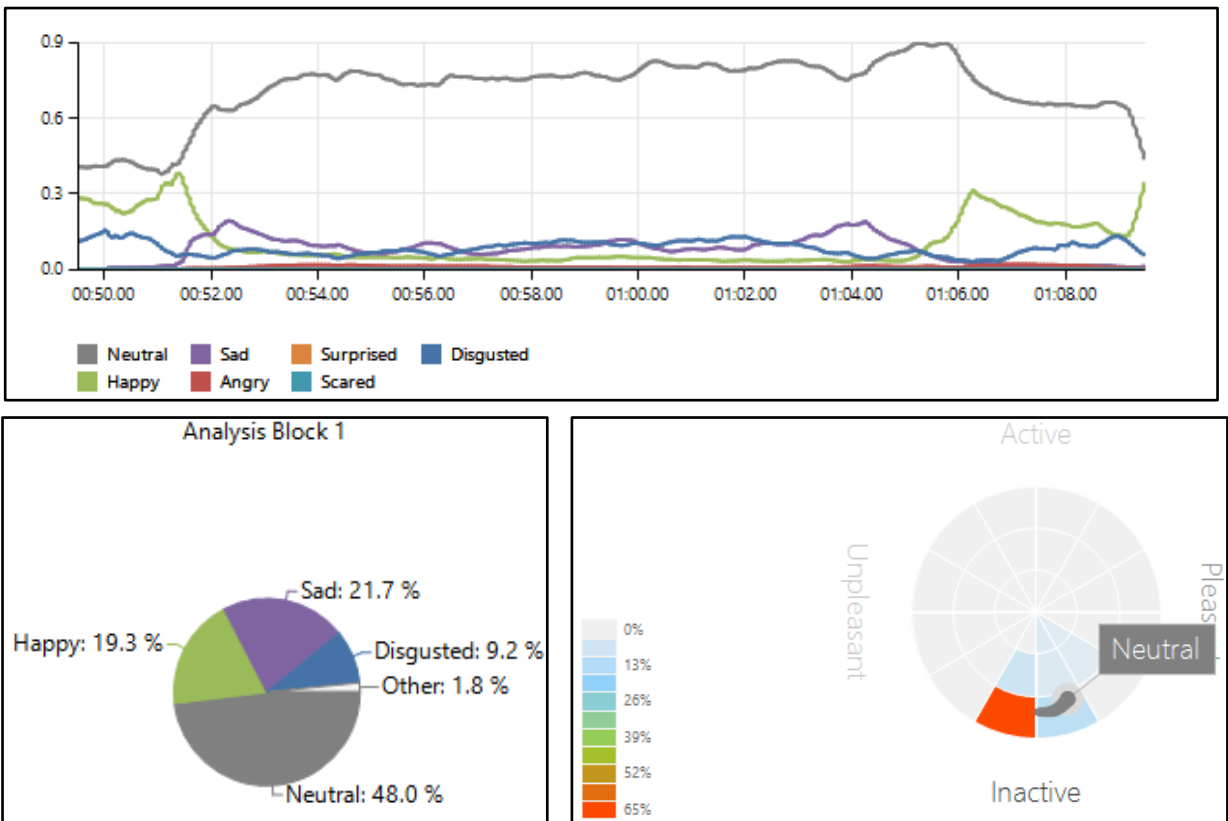




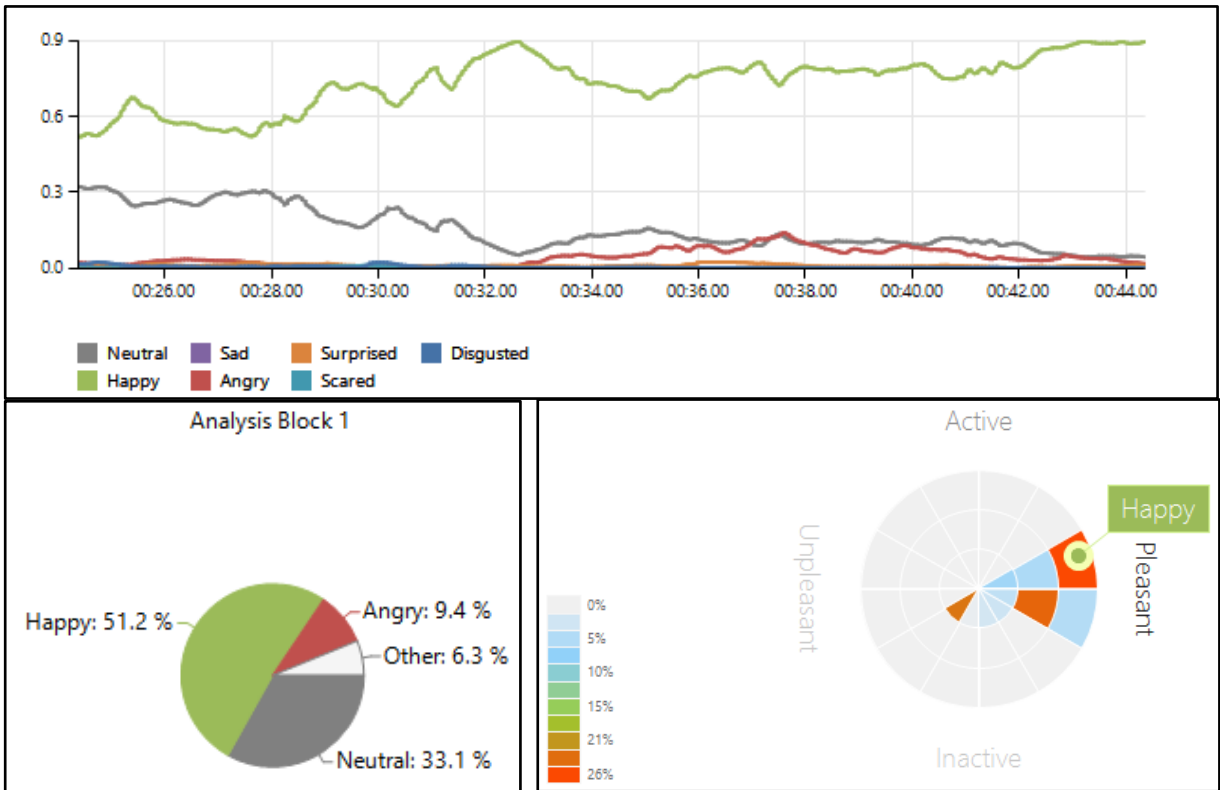
Partecipante 4 - Ciro



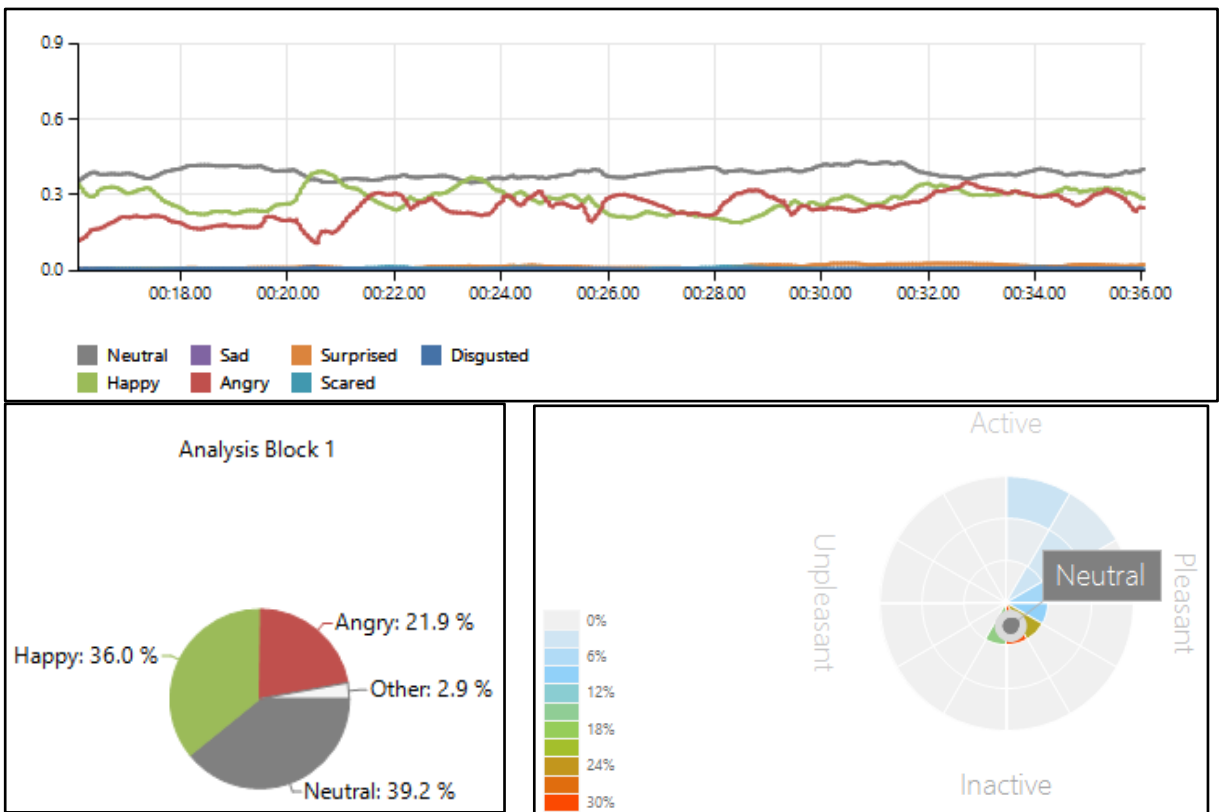
Partecipante 4 - Simone



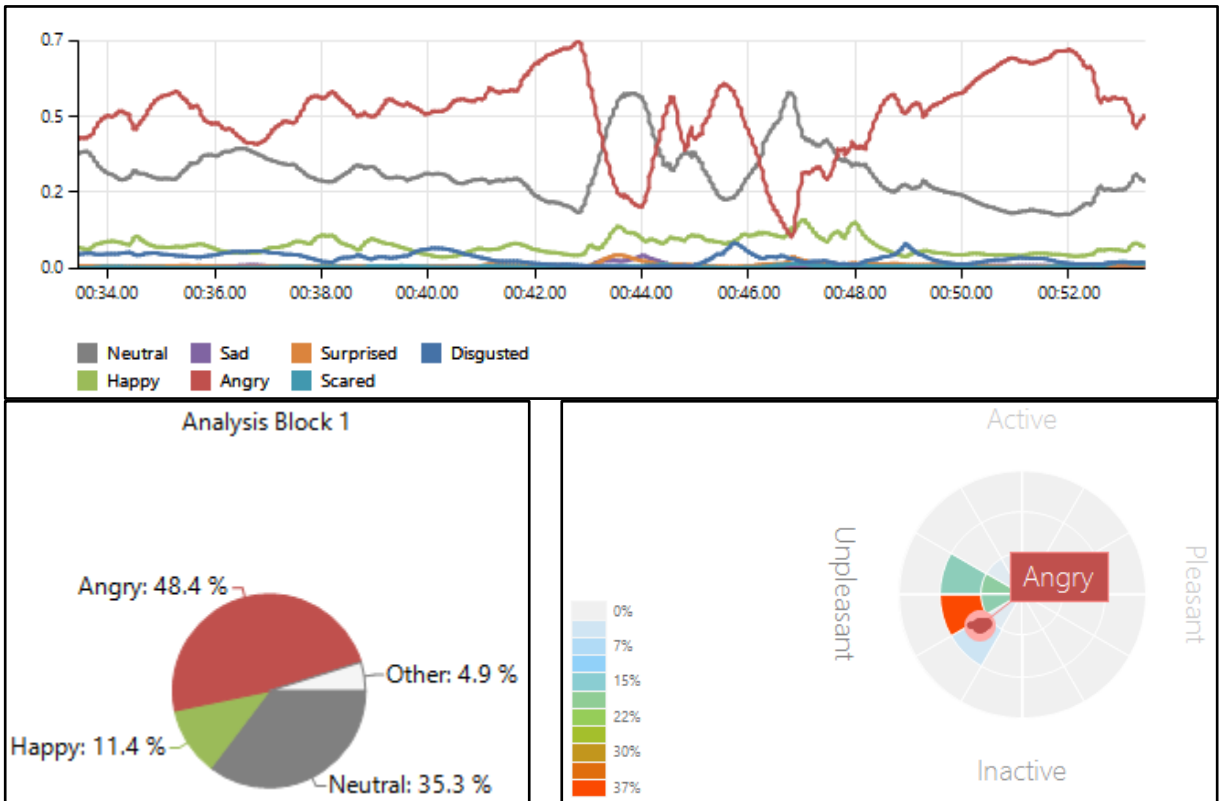
### Participante 5 - Vídeo 1



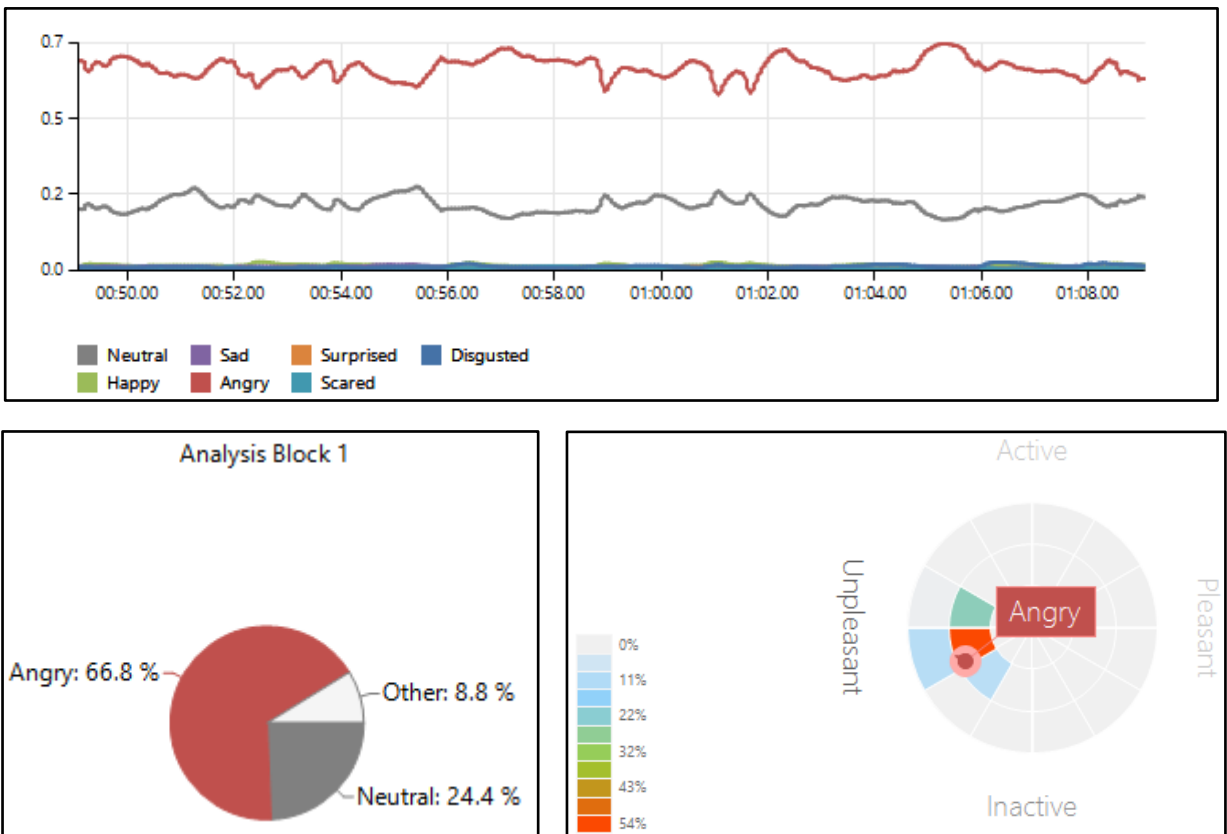
### Participante 5 - video 2



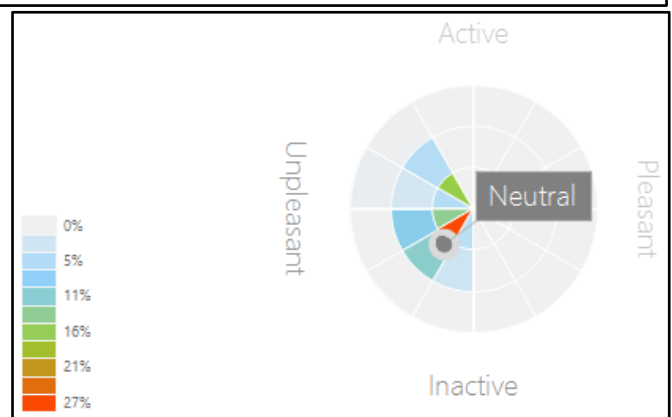
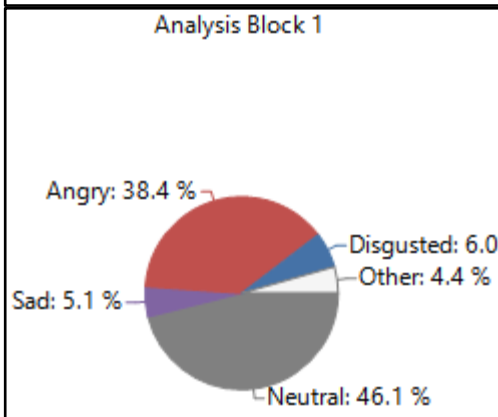
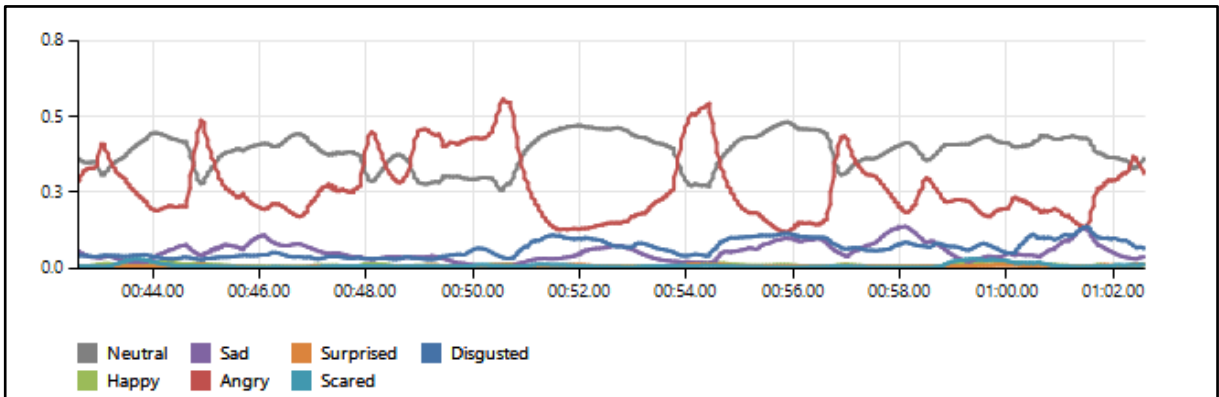
Participante 5 - Vídeo 3



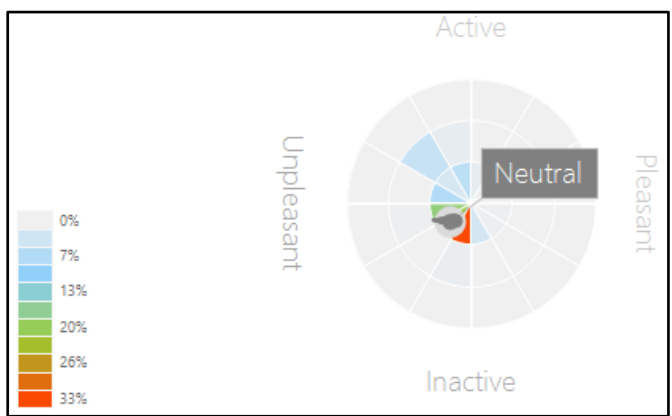
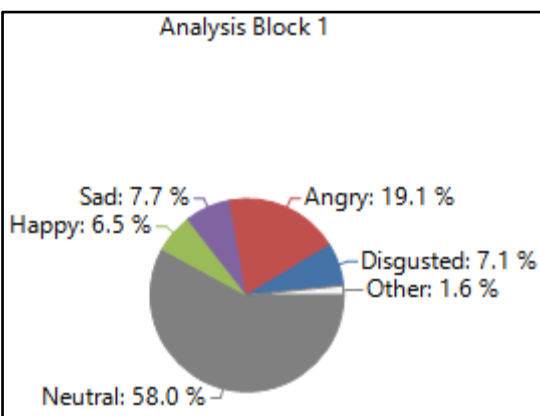
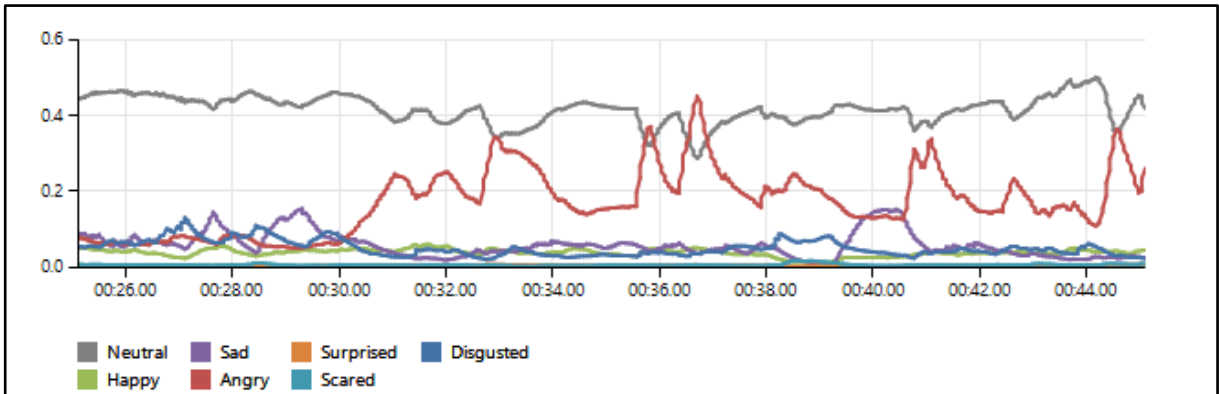
Participante 5 - Lula



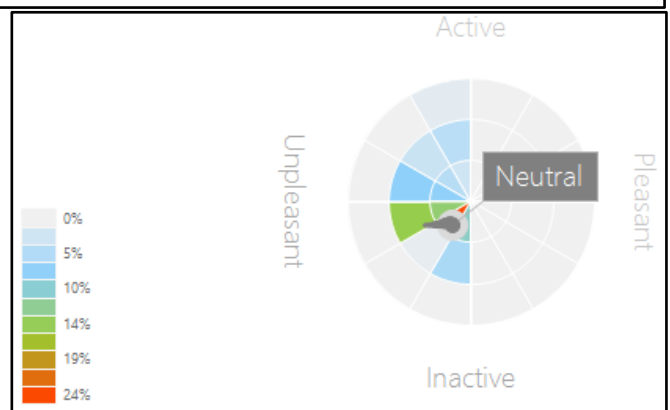
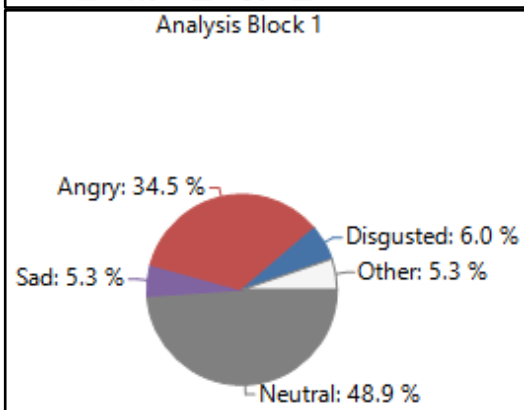
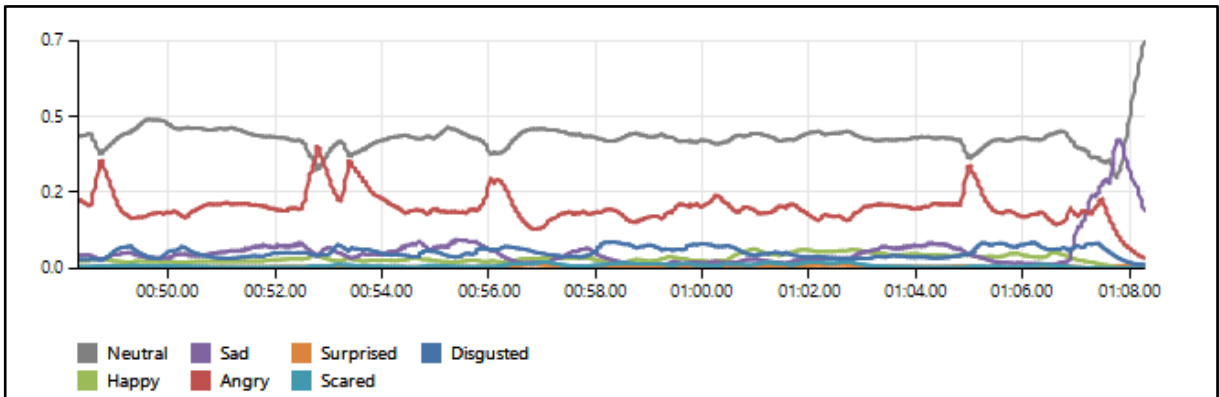
Partecipante 5 - Bolsonaro



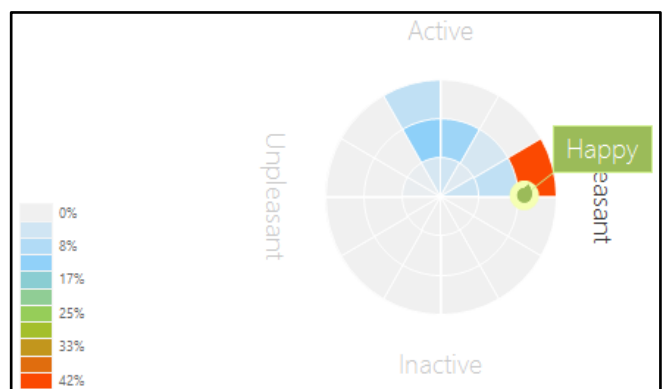
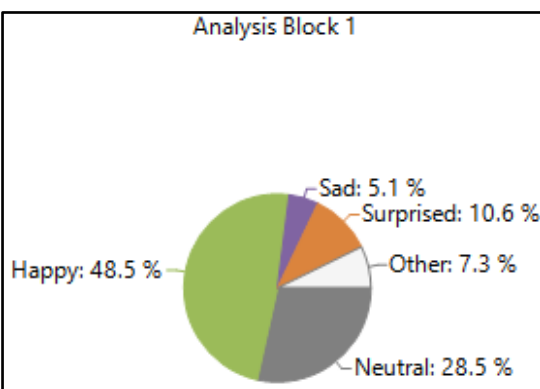
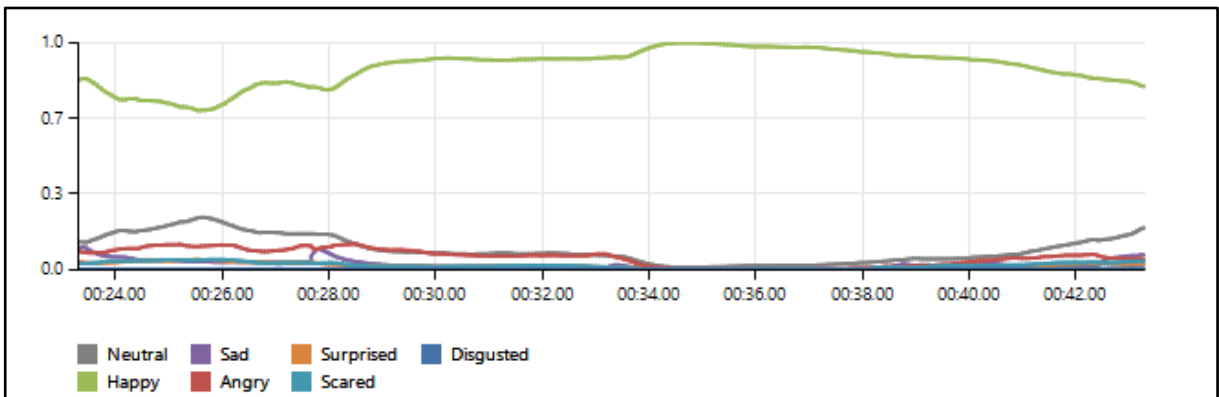
Partecipante 5 - Ciro



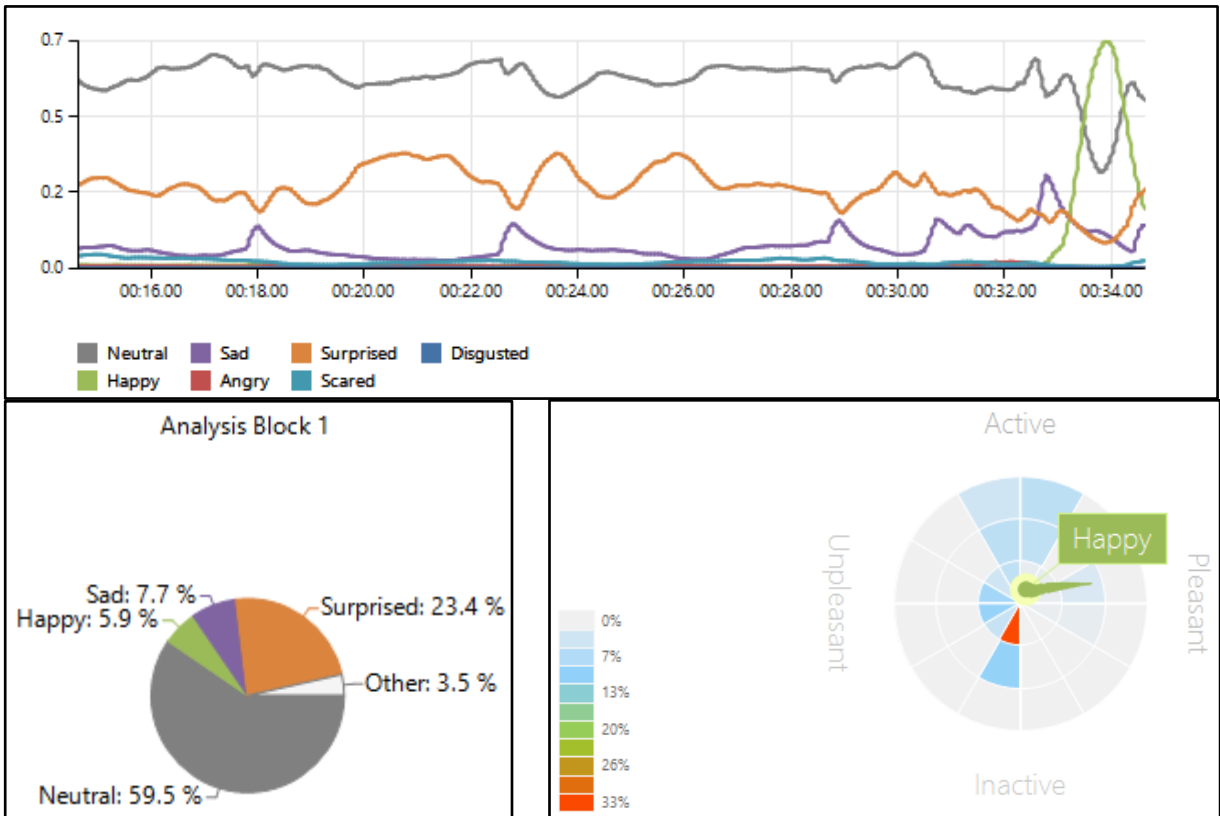
Partecipante 5 - Simone



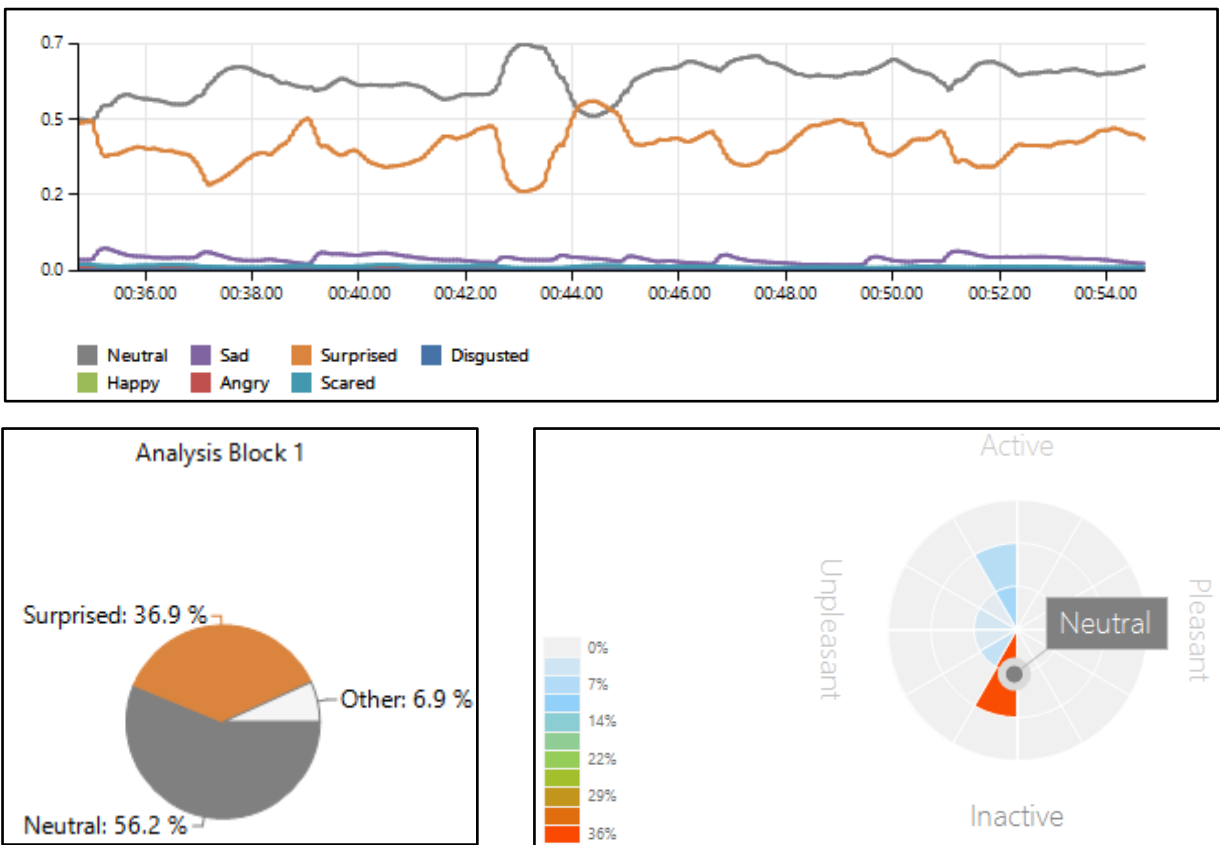
Partecipante 6 - Vídeo 1



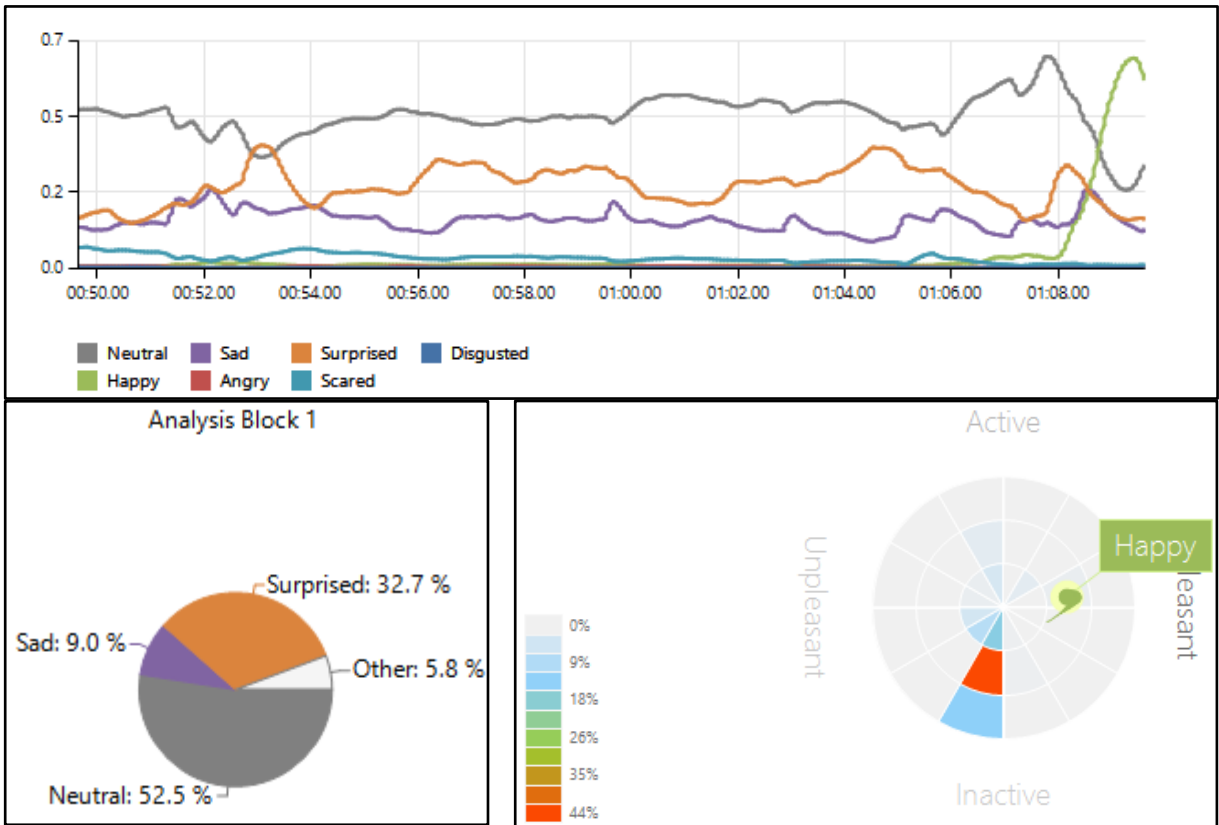
Participante 6 - Vídeo 2



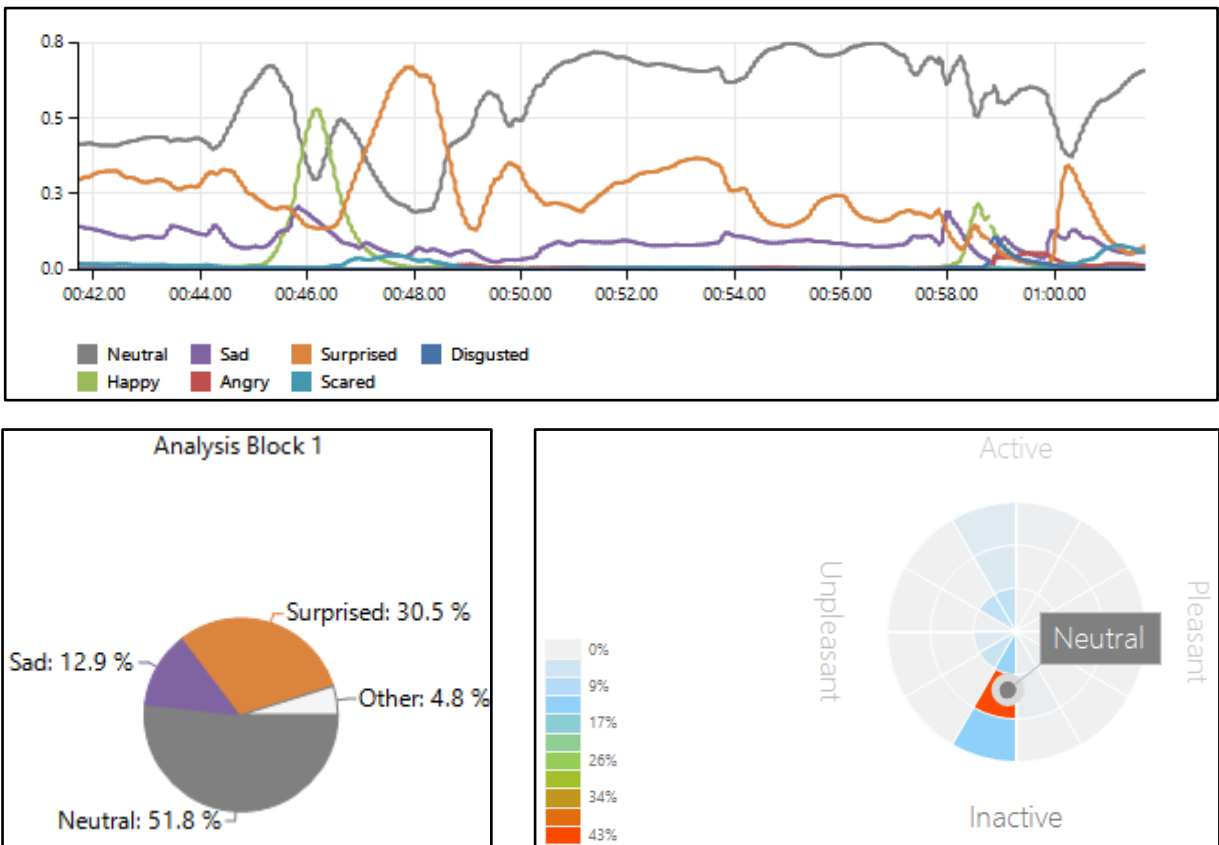
Participante 6 - Vídeo 3



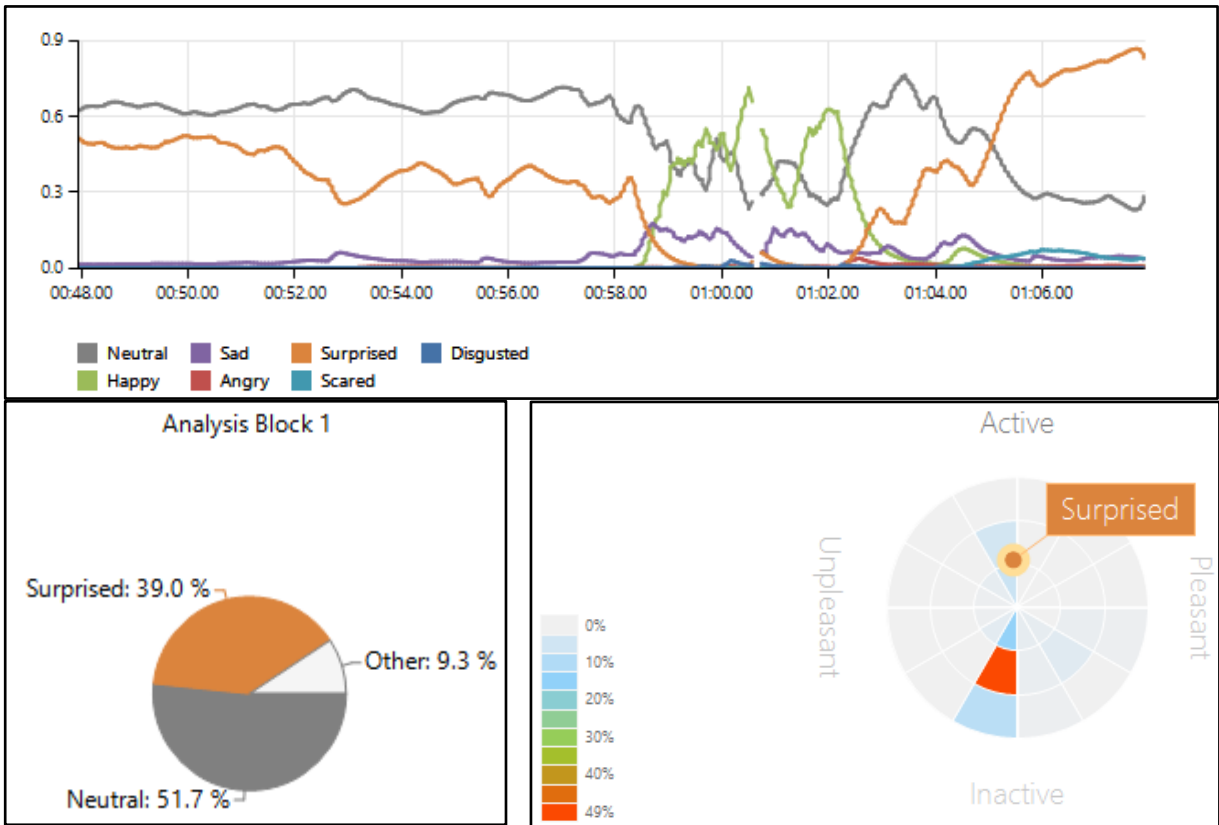
Participante 6 - Lula



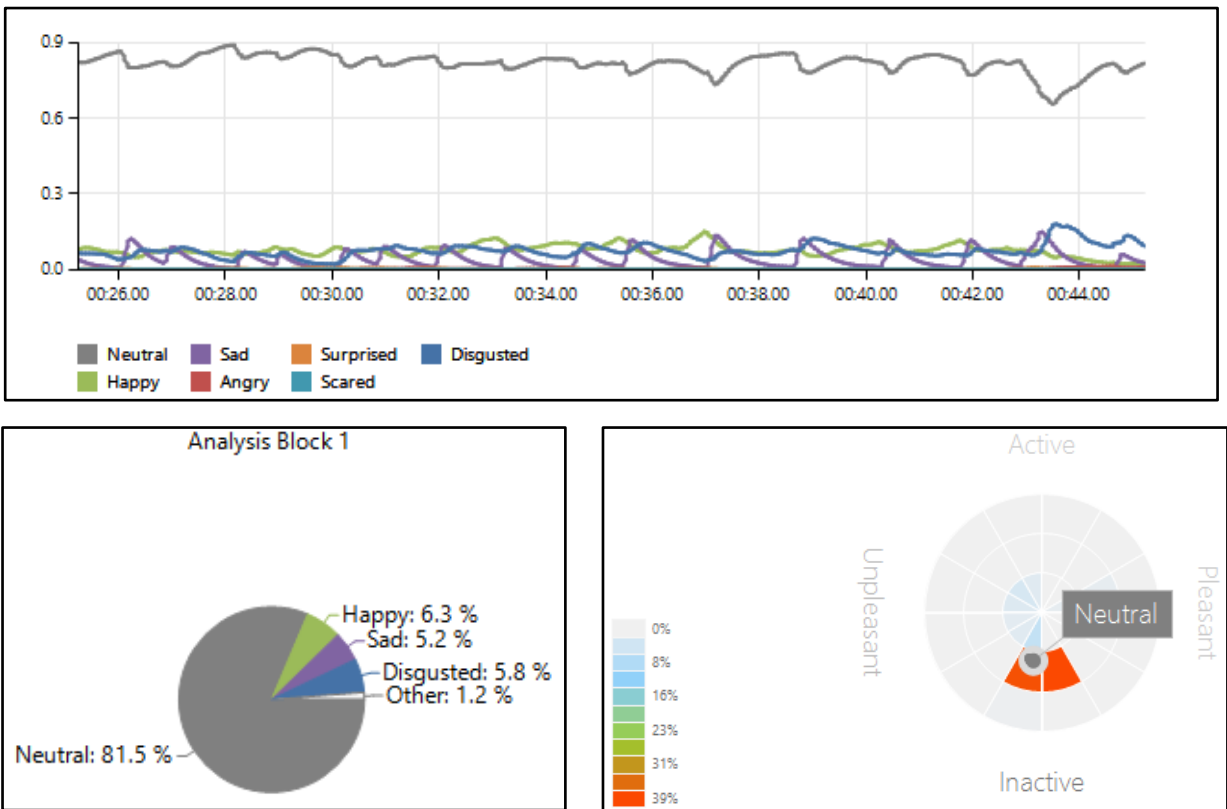
Participante 6 - Bolsonaro



Partecipante 6 - Simone

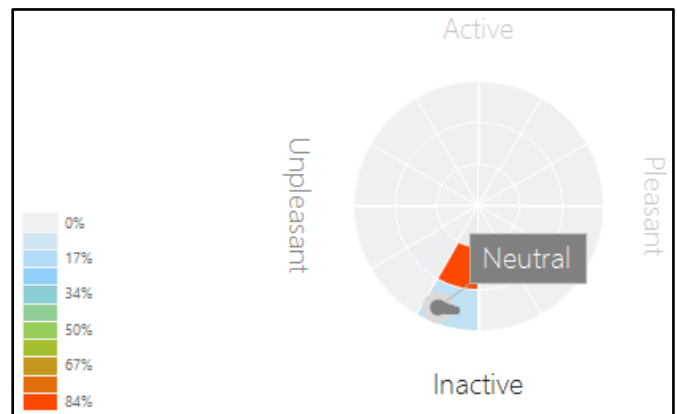
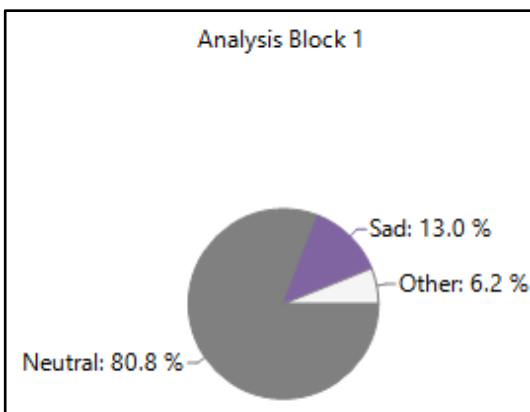
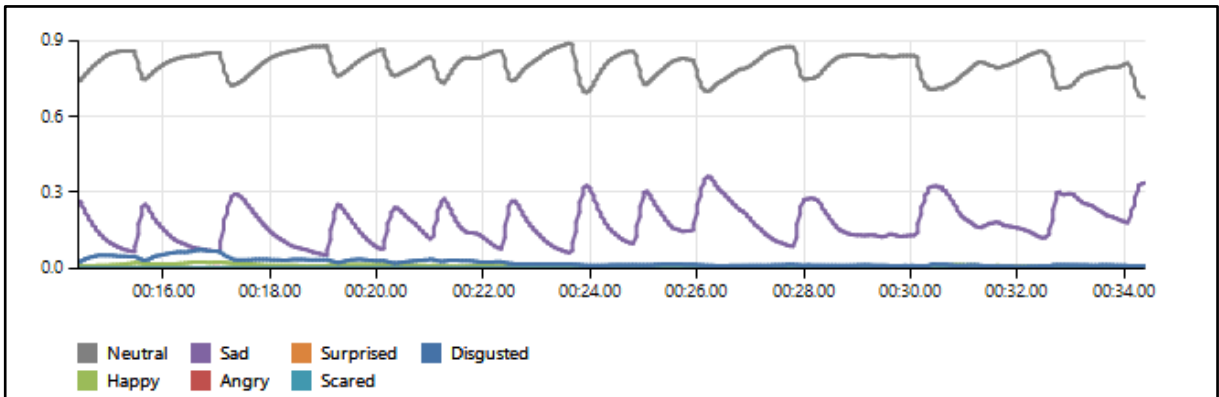


Partecipante 7 - Video 1

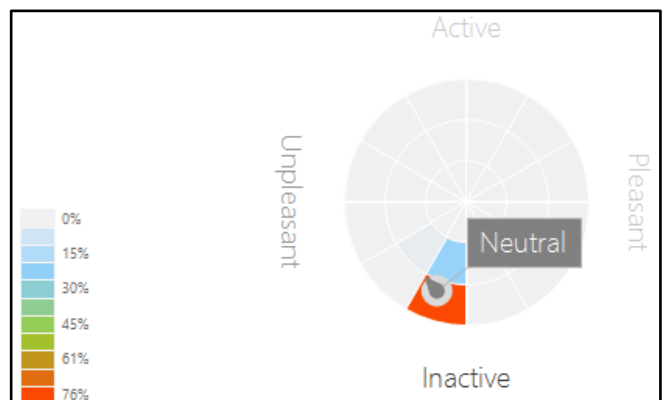
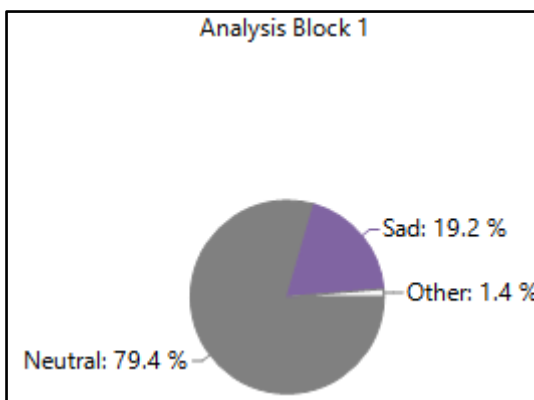
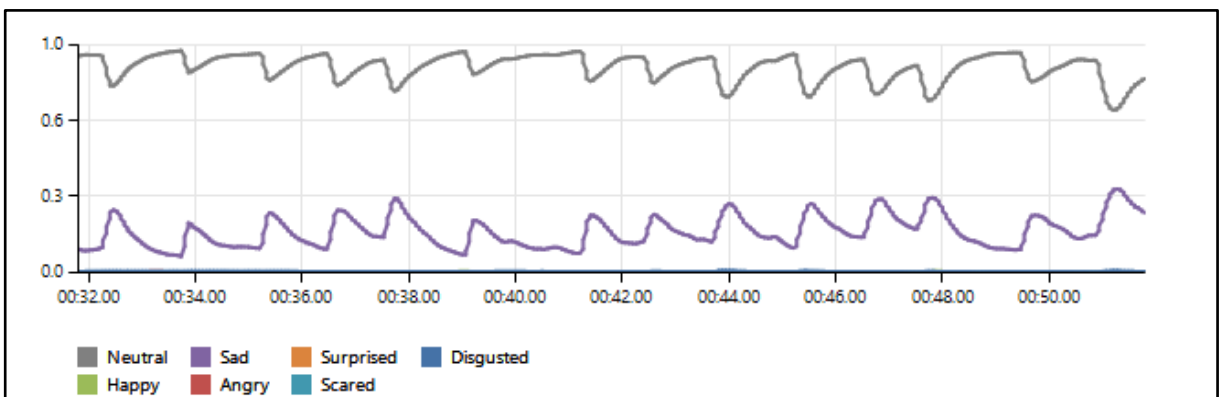




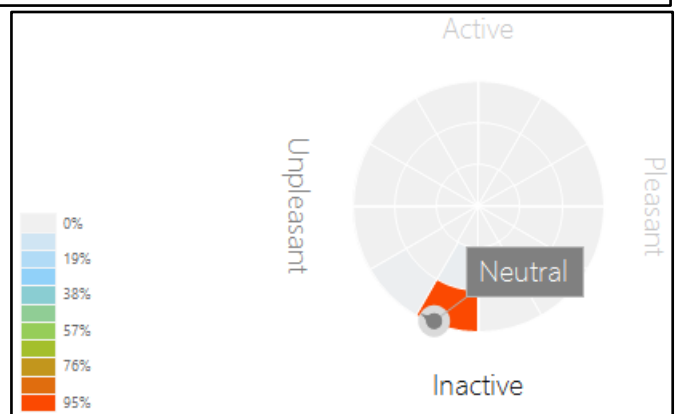
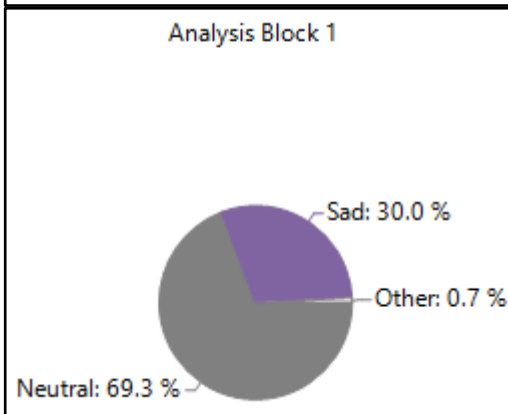
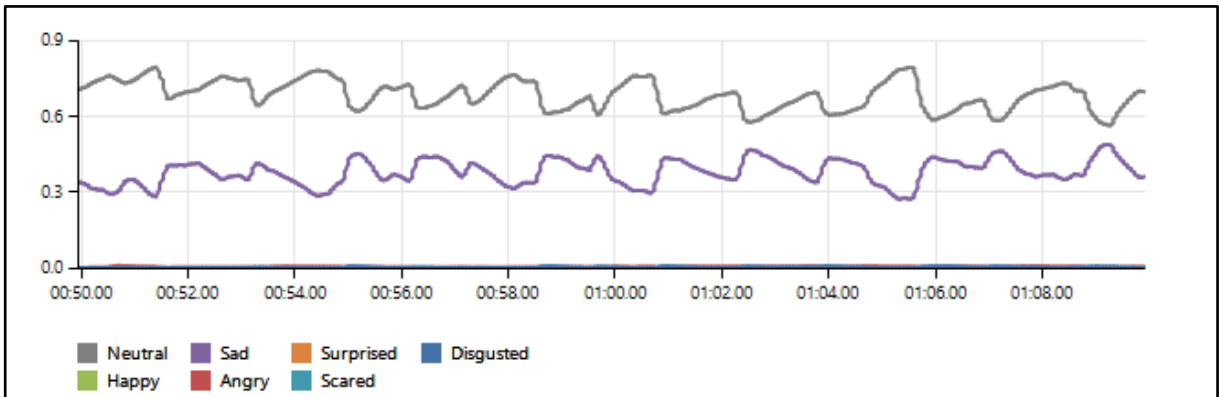
Participante 7 - Vídeo 2



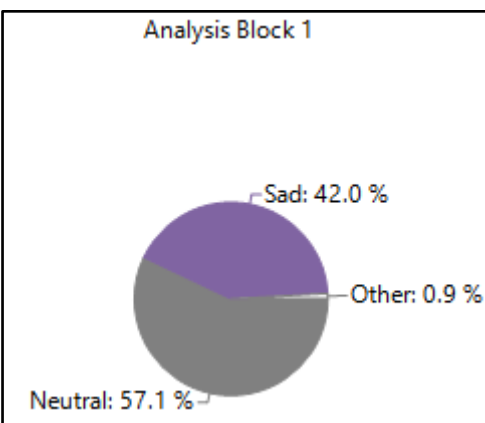
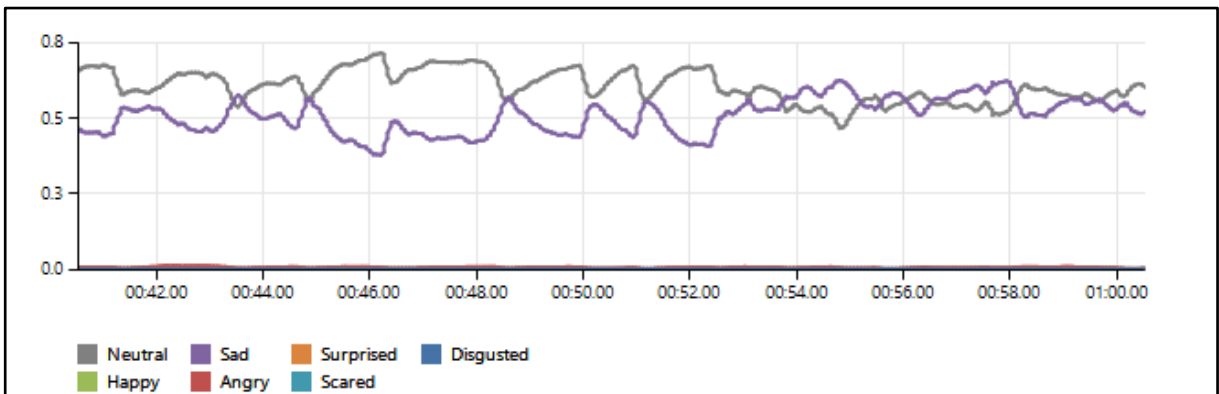
Participante 7 - Vídeo 3



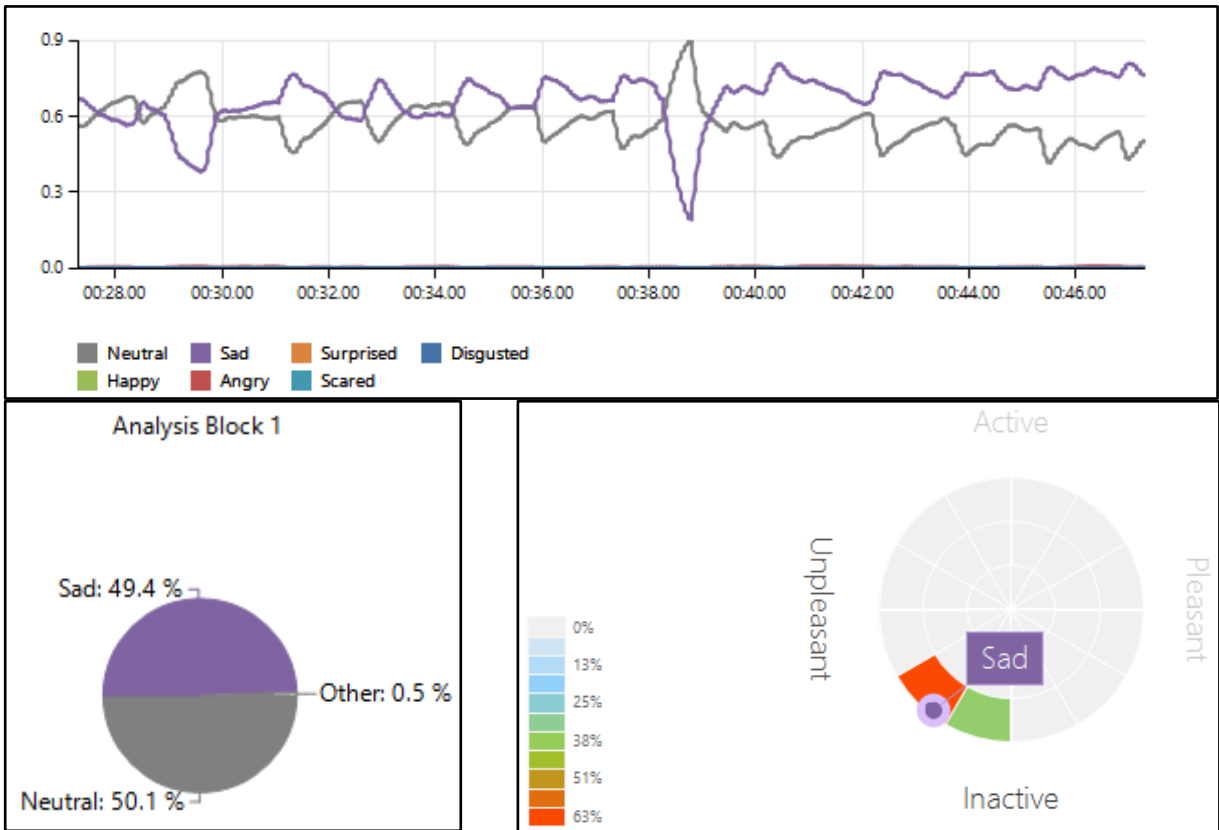
Participante 7 - Lula



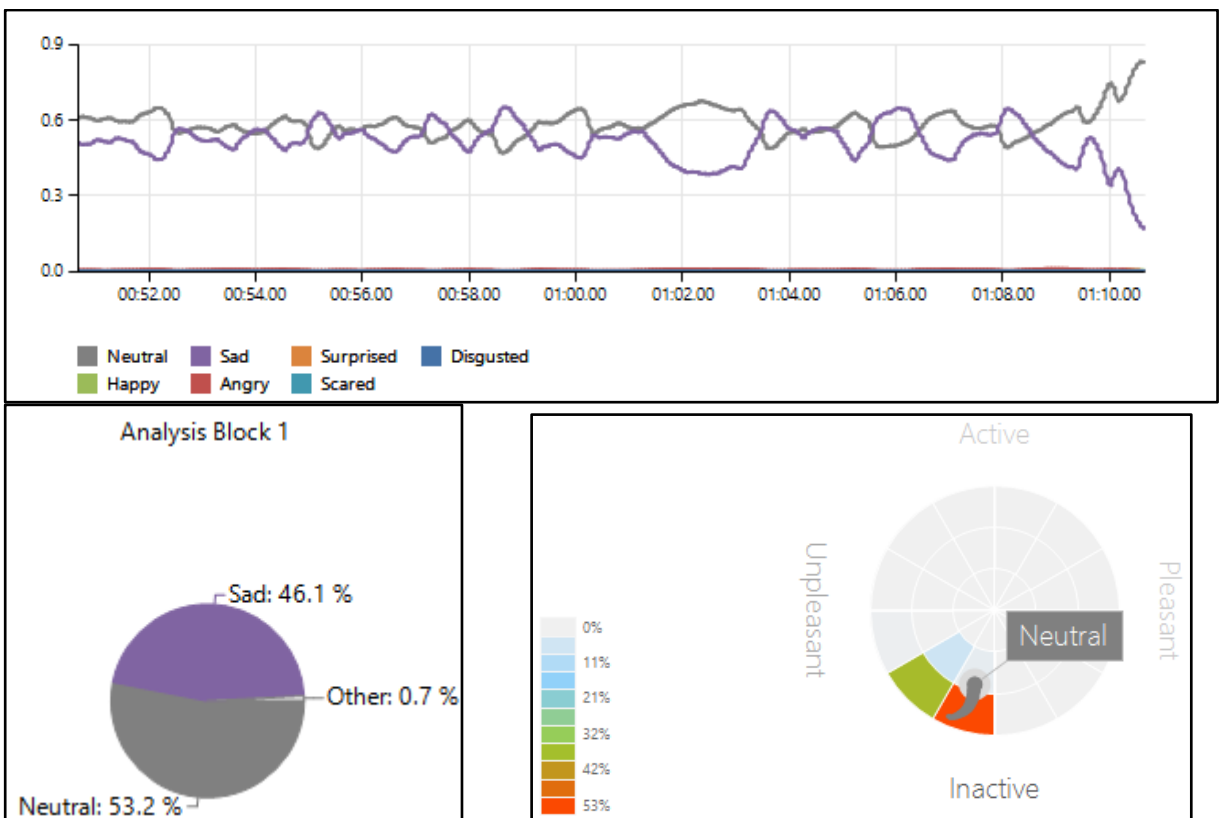
Participante 7 - Bolsonaro



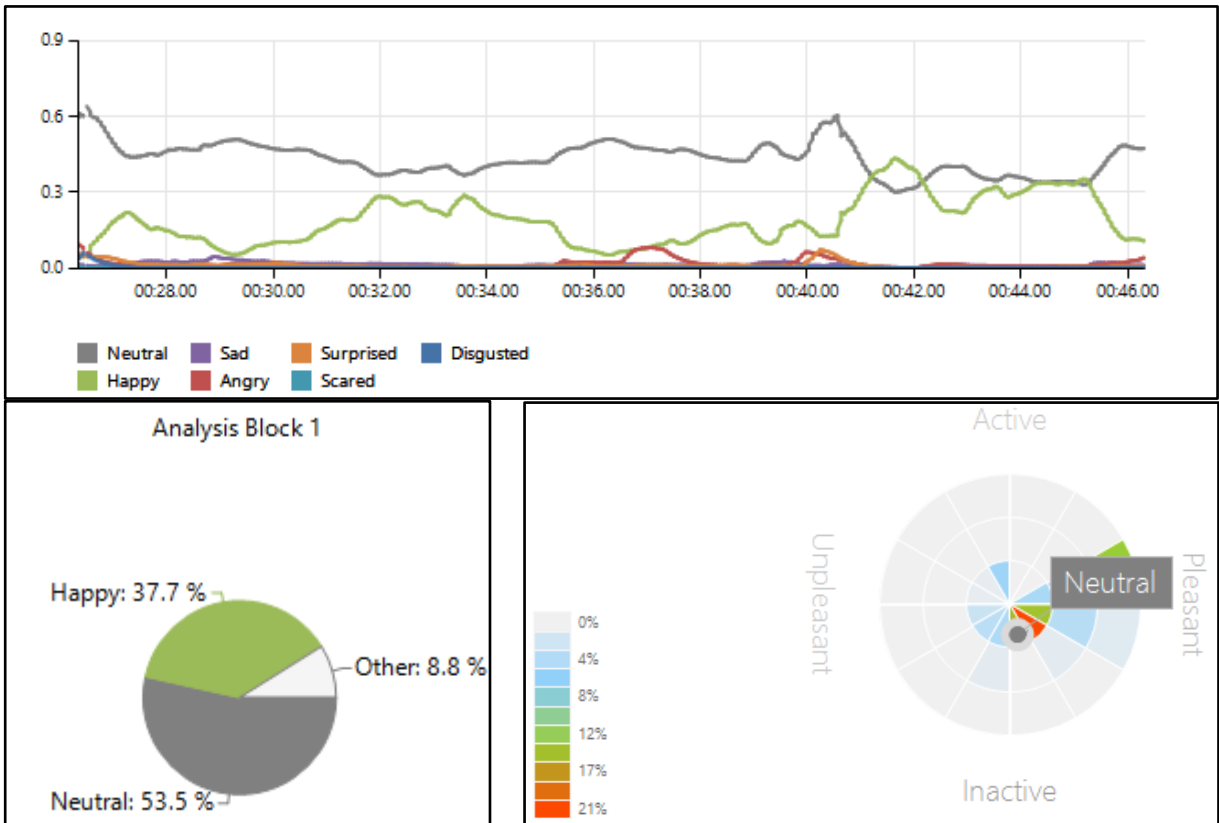
Participante 7 - Ciro Gomes



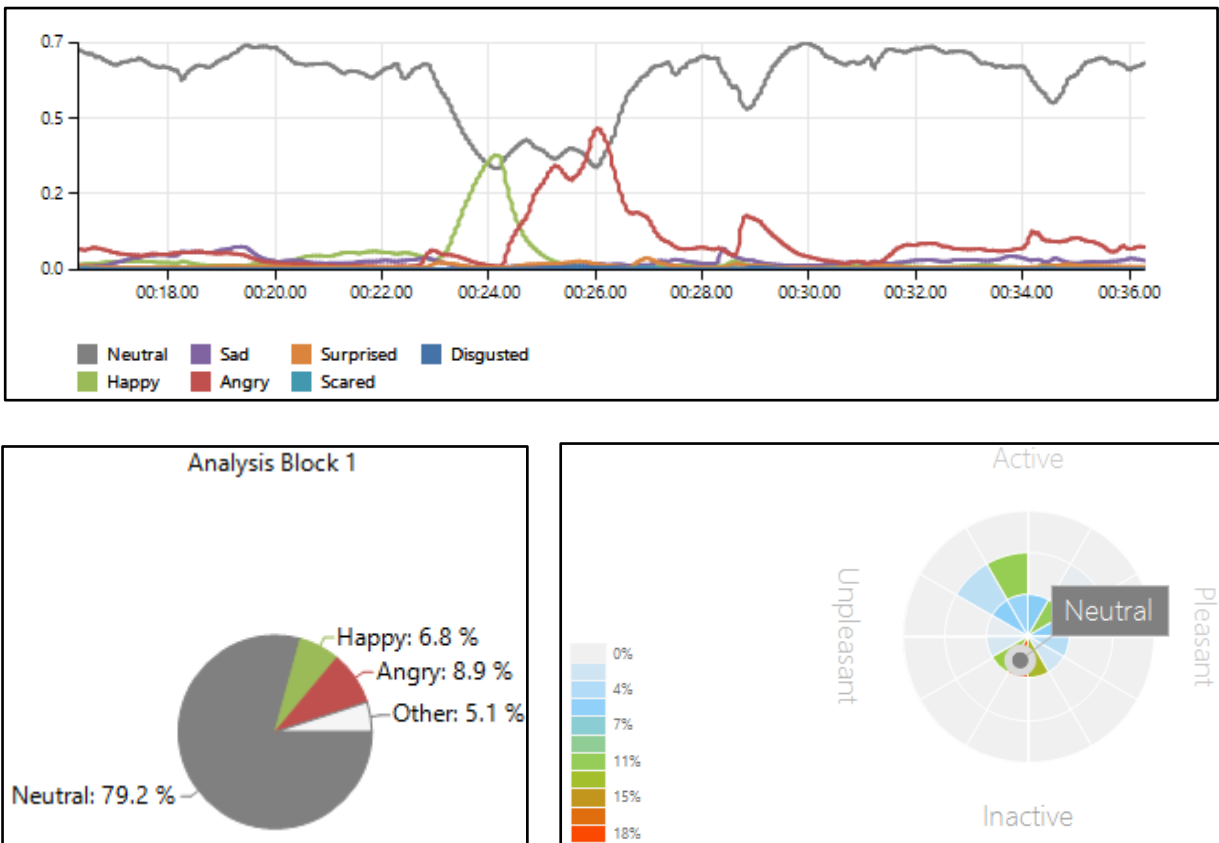
Participante 7 - Simone



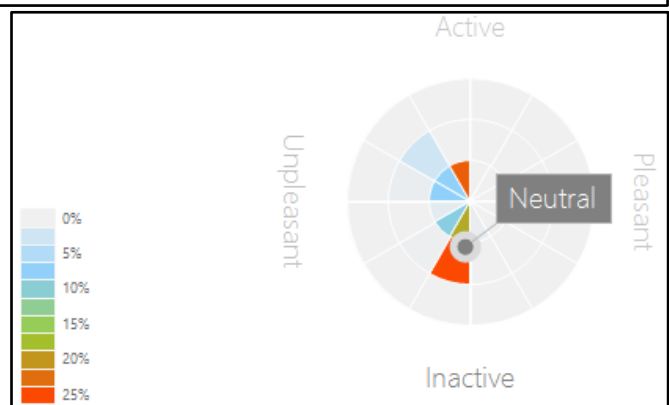
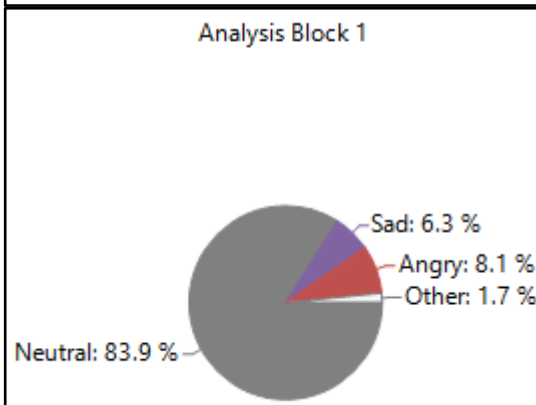
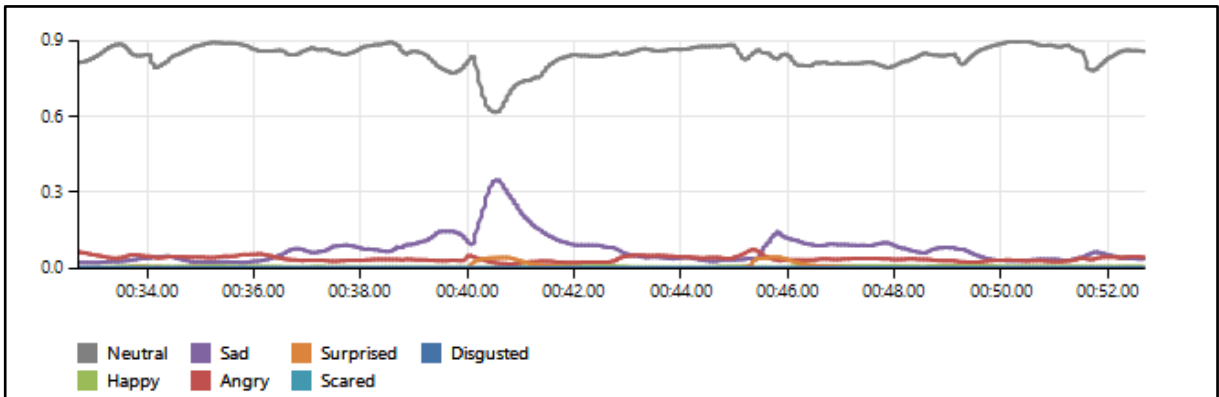
Participante 8 - Vídeo 1



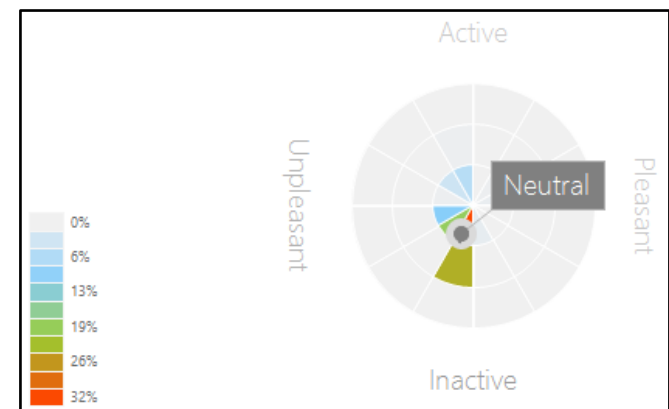
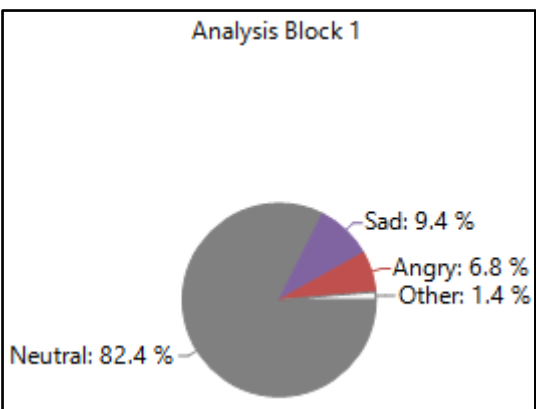
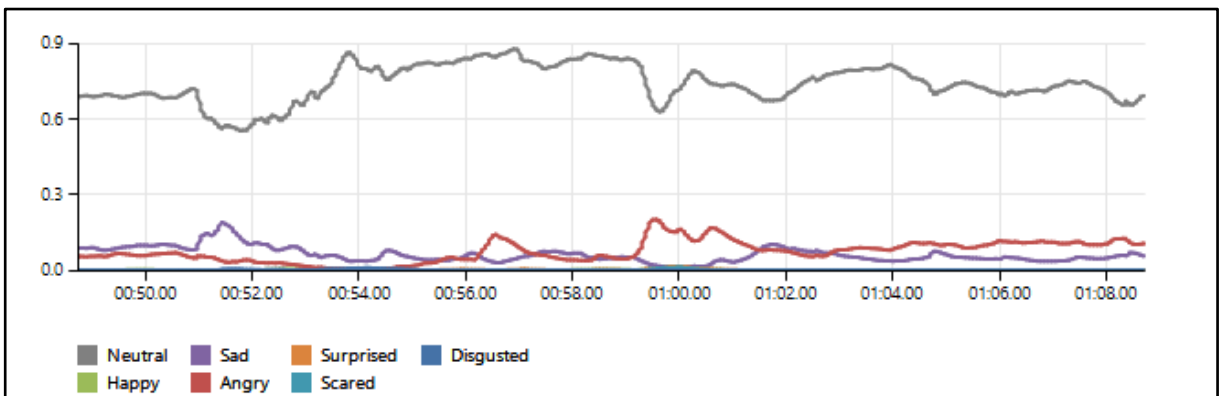
Participante 8 - Vídeo 2



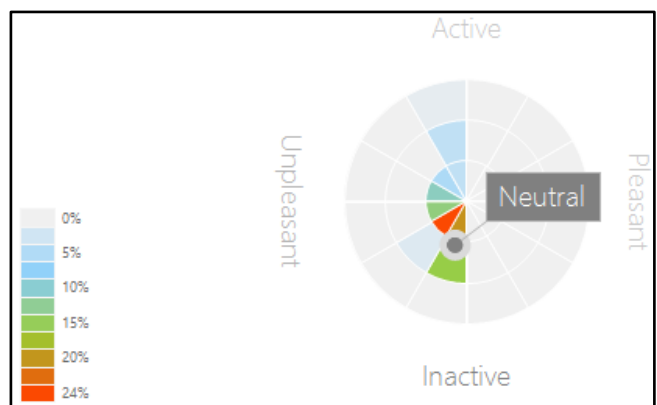
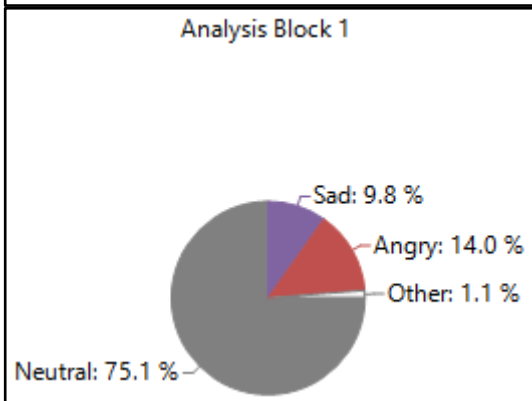
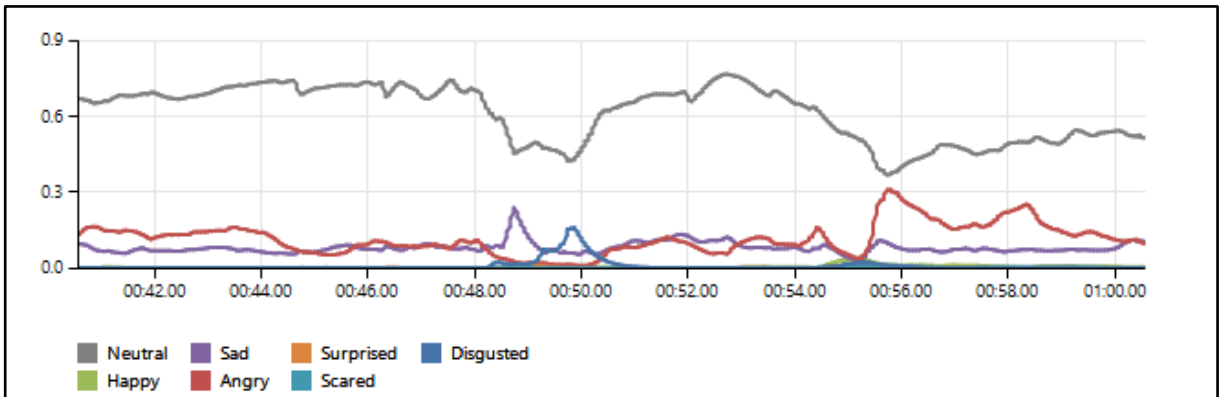
Participante 8 - Vídeo 3



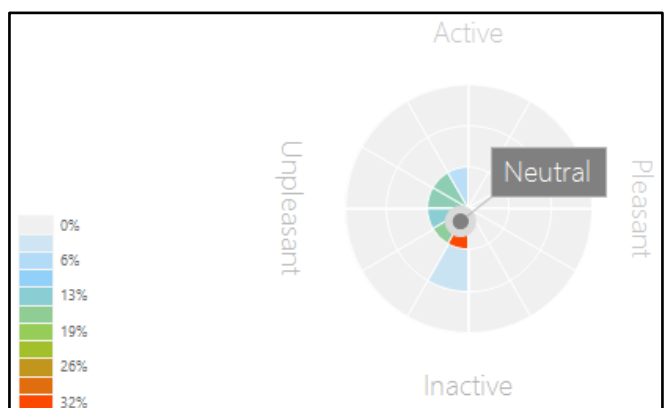
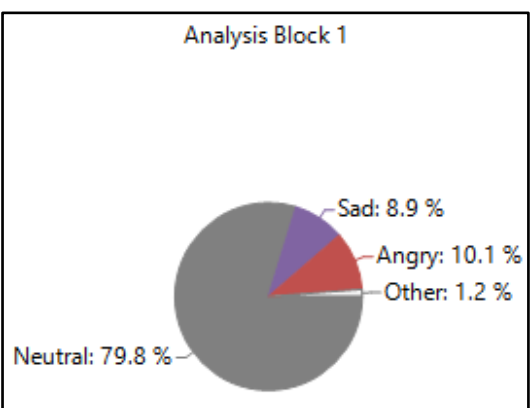
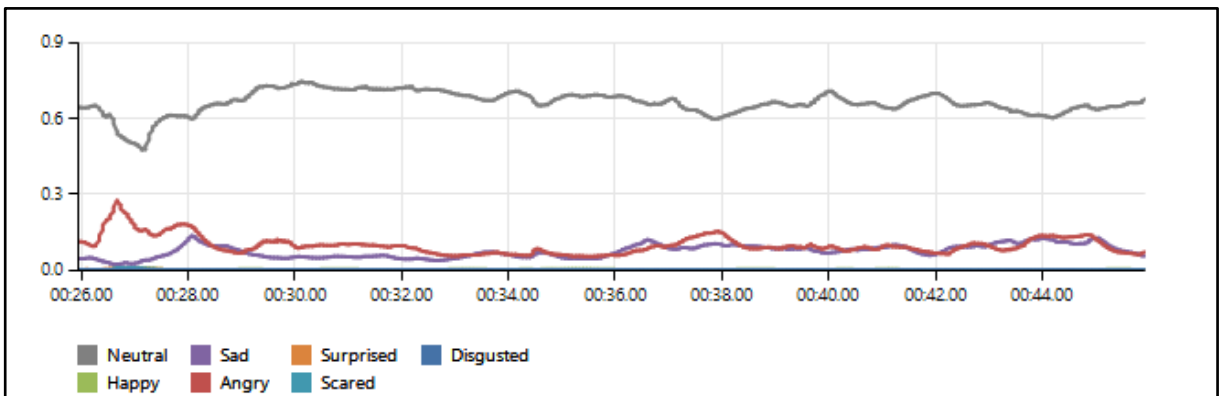
Participante 8 - Lula



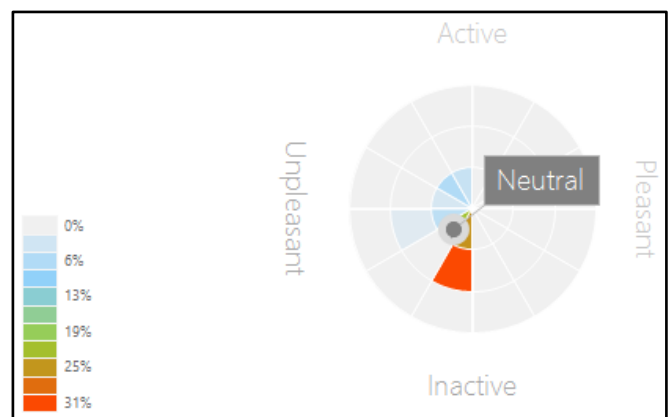
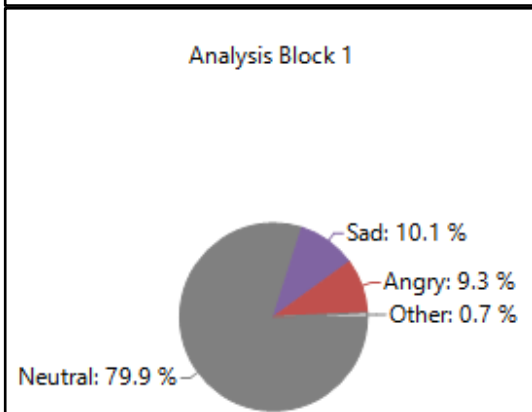
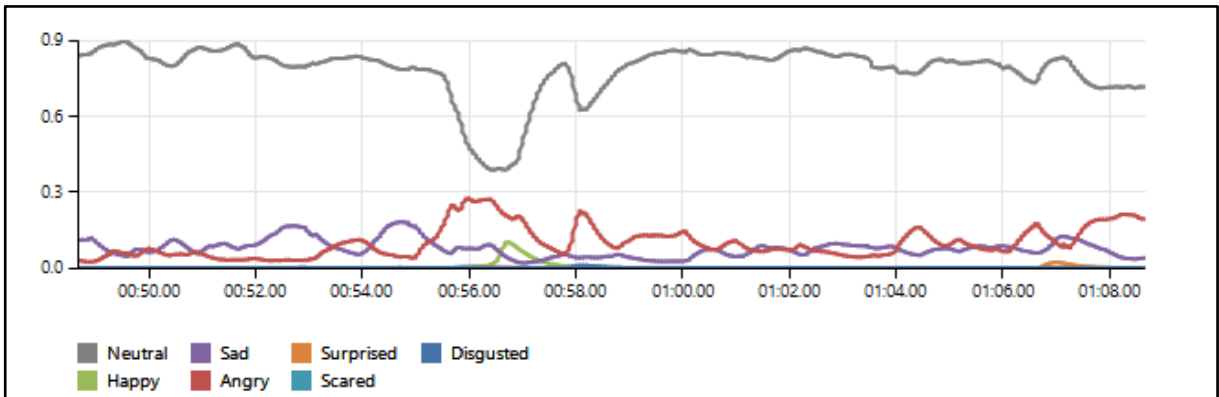
Partecipante 8 - Bolsonaro



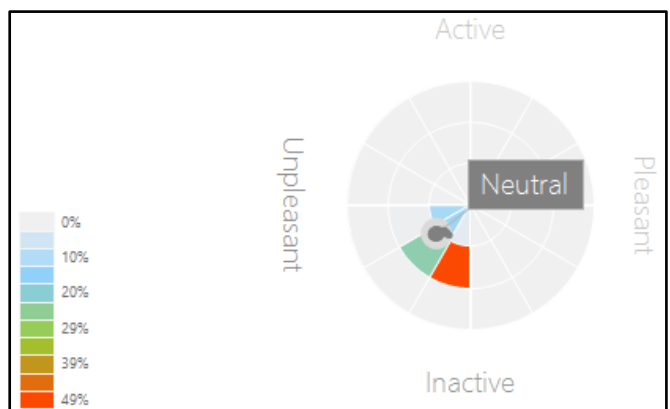
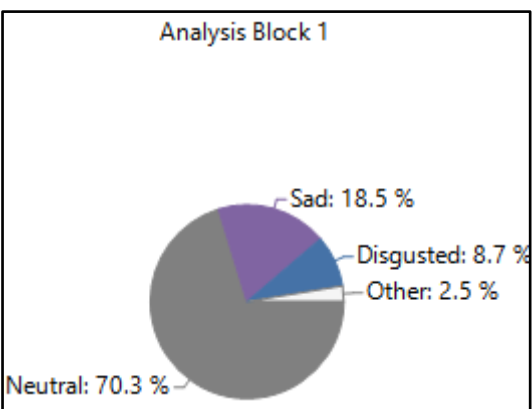
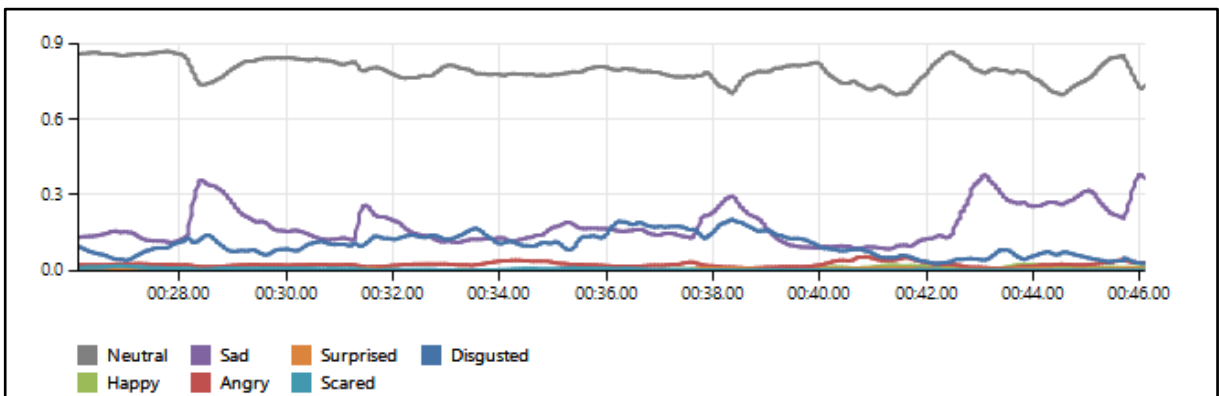
Partecipante 8 - Ciro



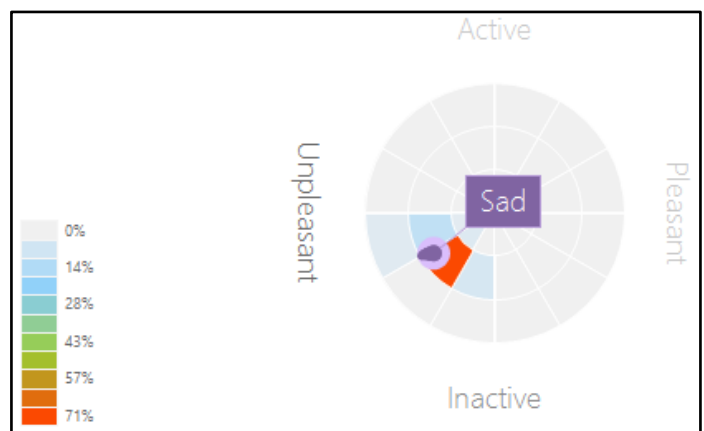
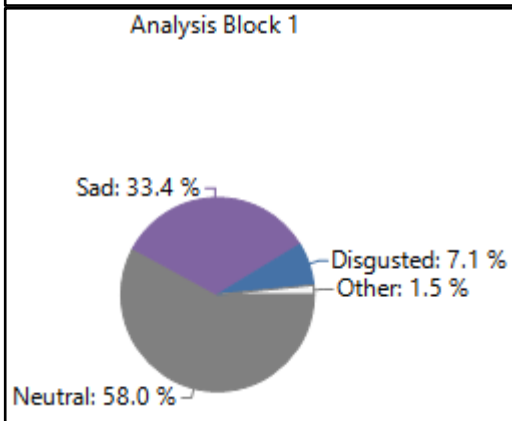
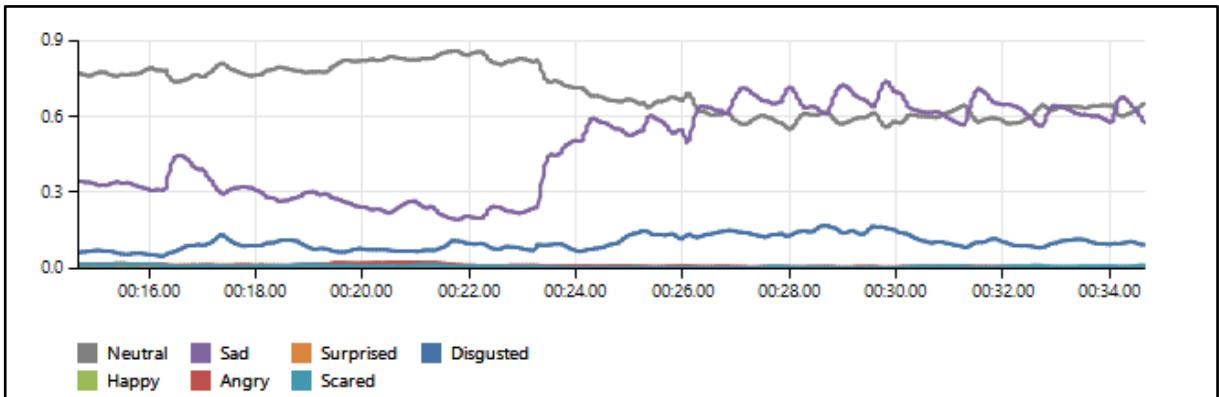
Partecipante 8 - Simone



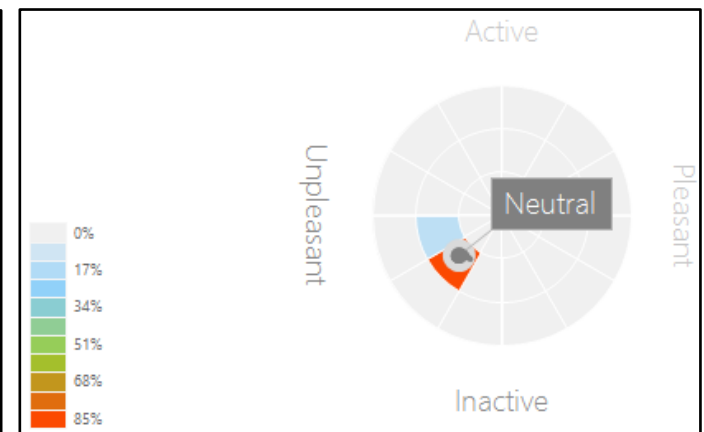
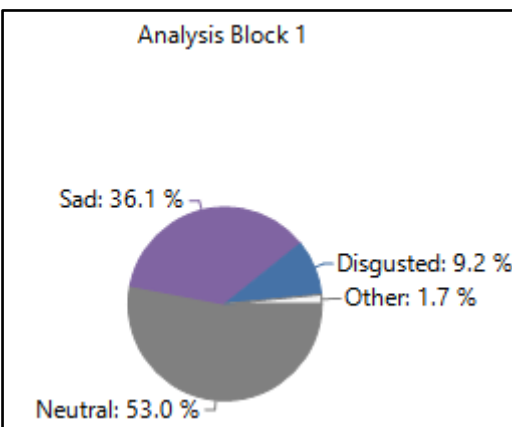
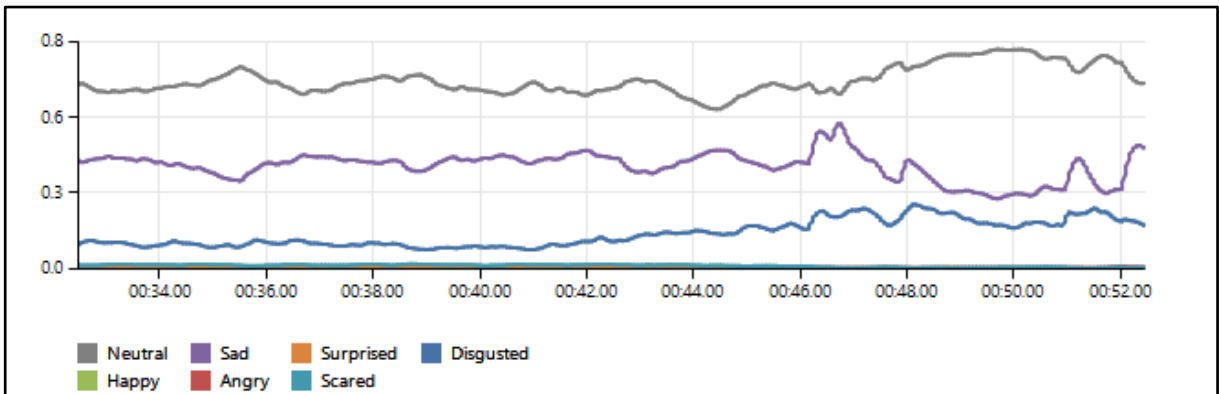
Partecipante 9 - Video 1



Participante 9 - Vídeo 2

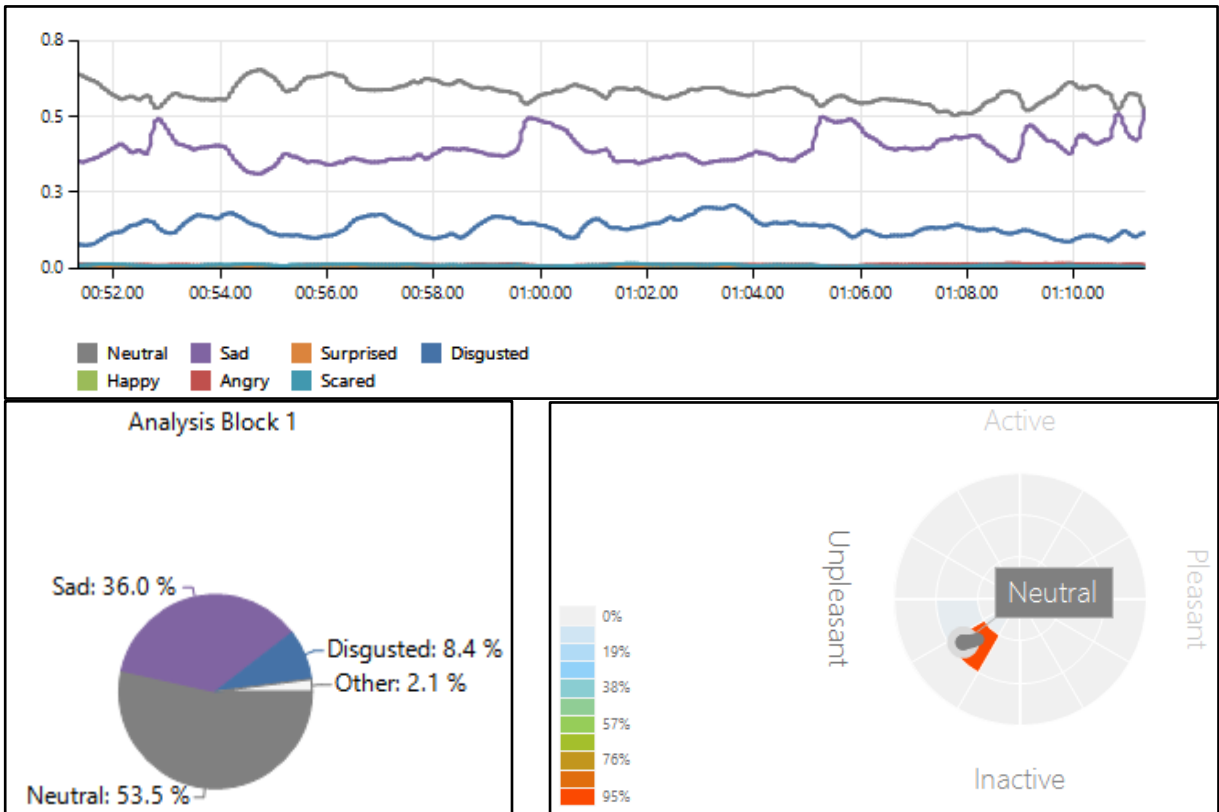


Participante 9 - Vídeo 3

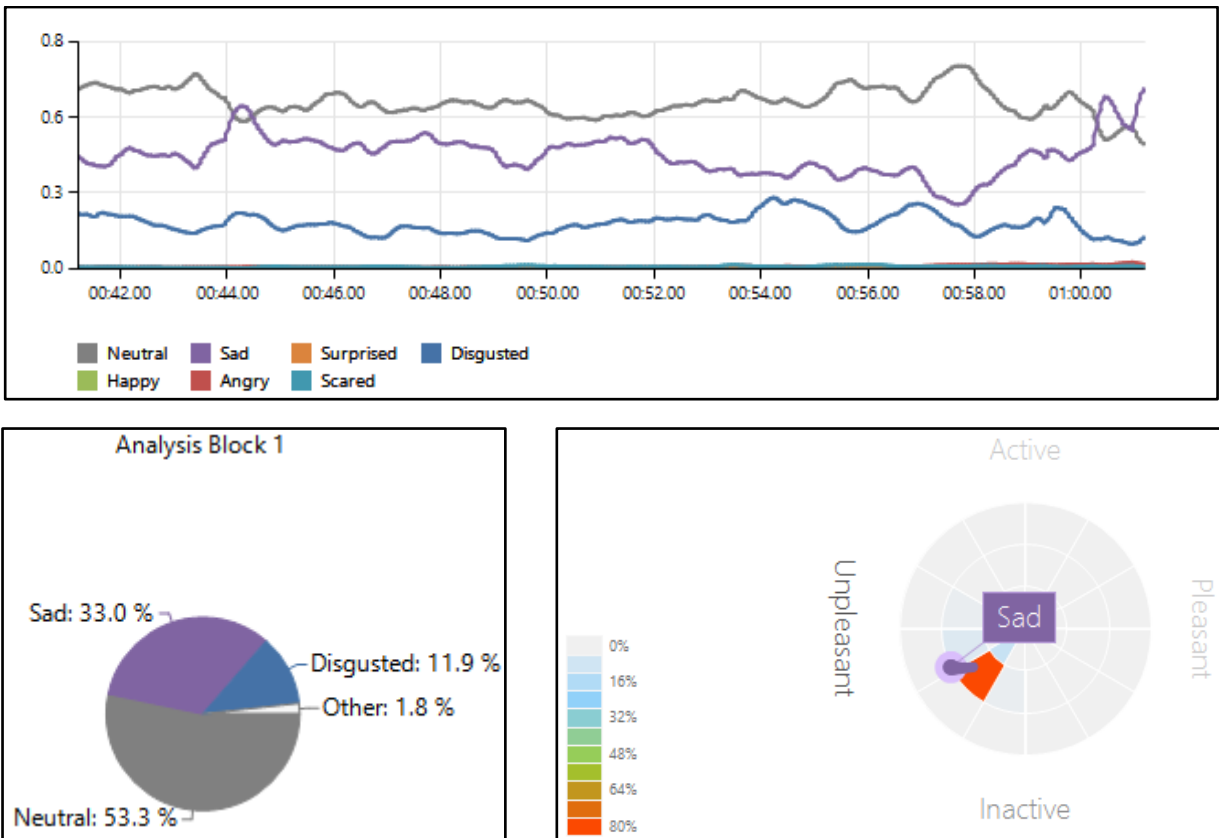




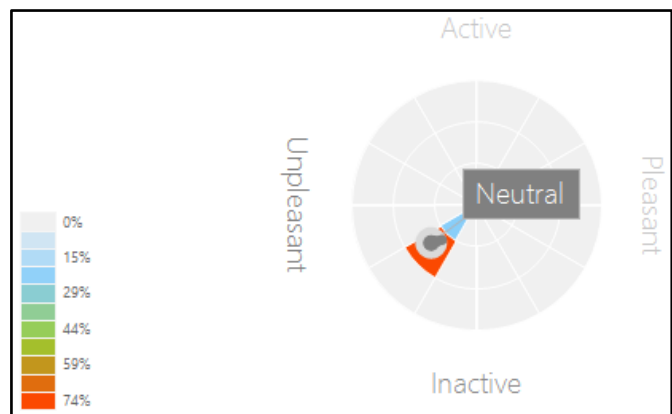
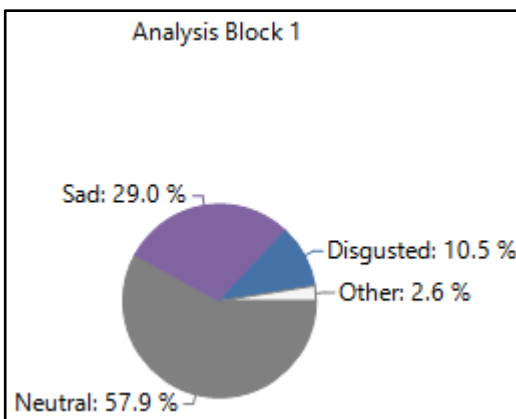
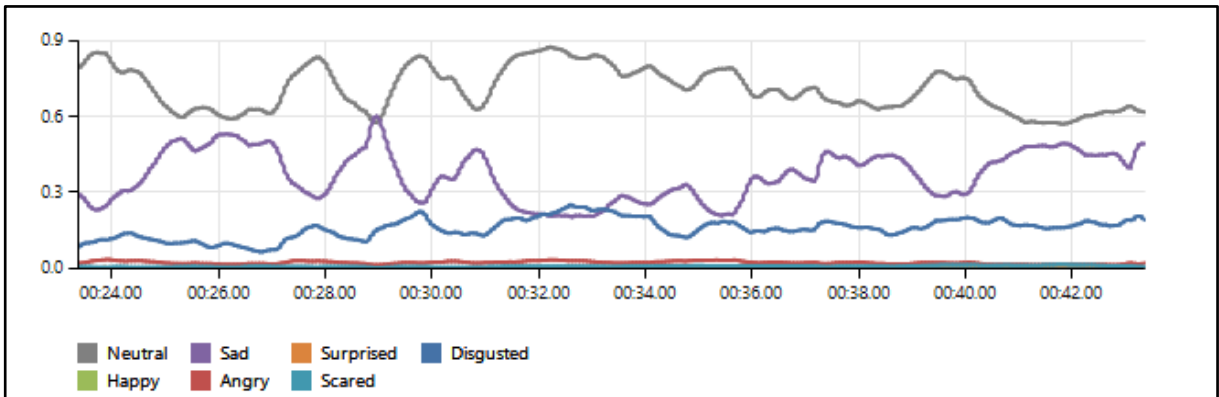
Participante 9 - Lula



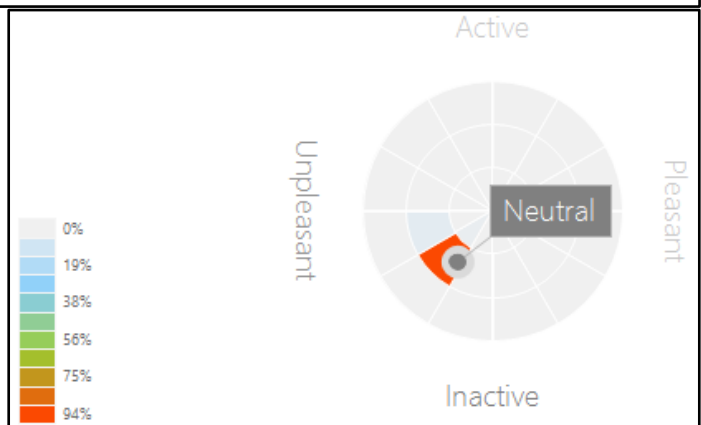
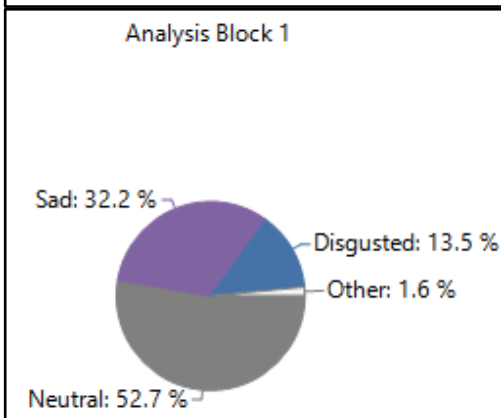
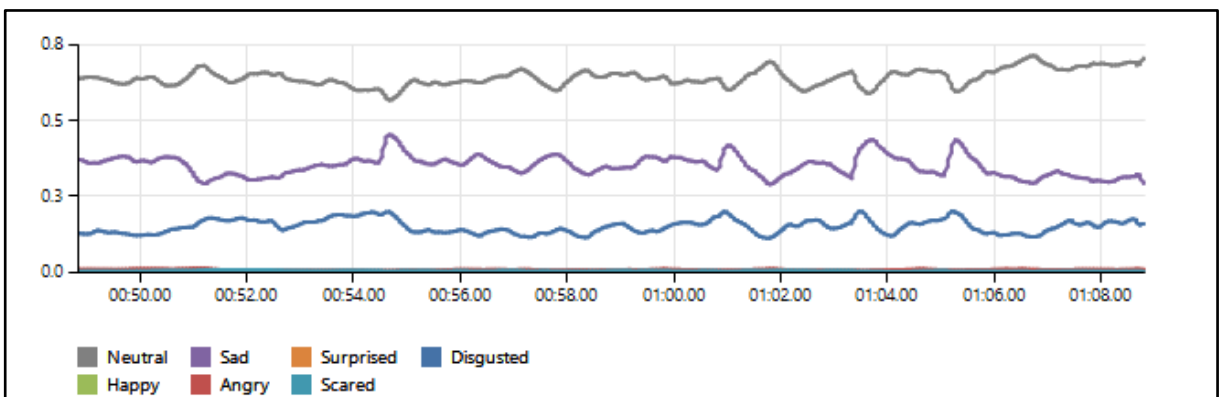
Participante 9 - Bolsonaro



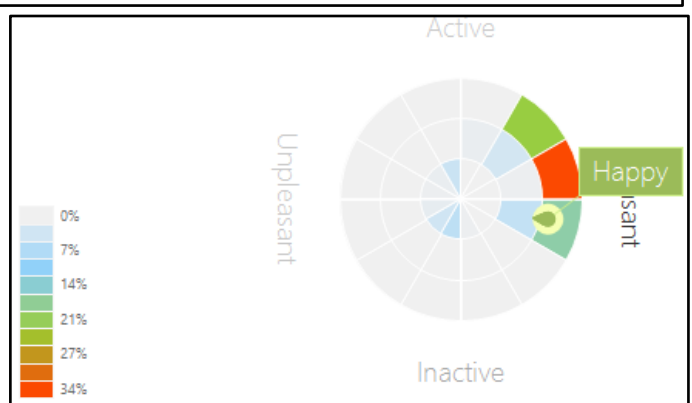
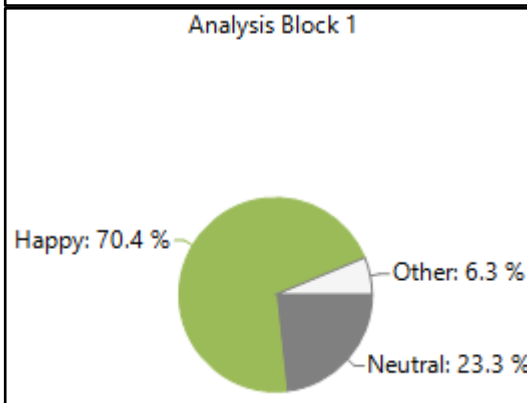
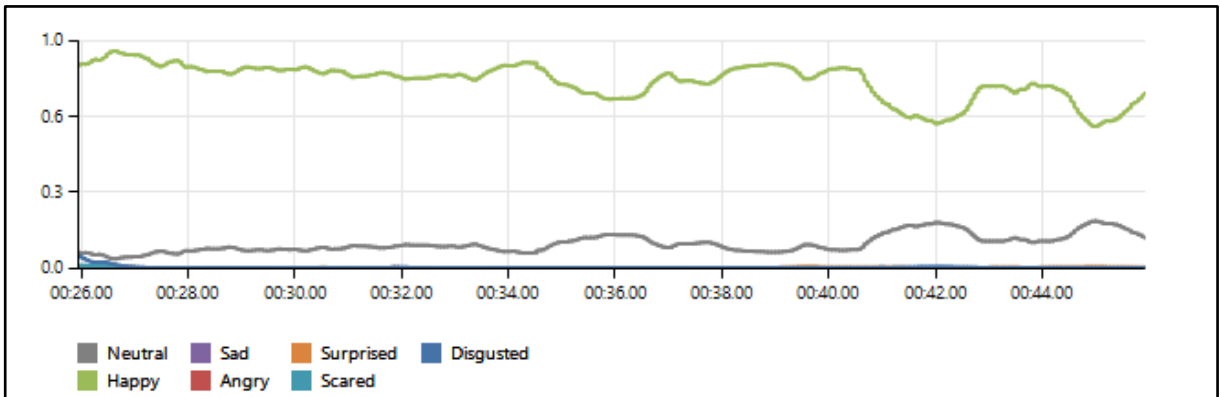
Partecipante 9 - Ciro



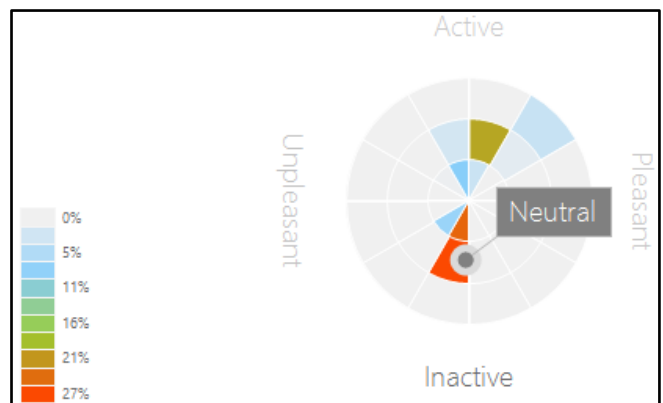
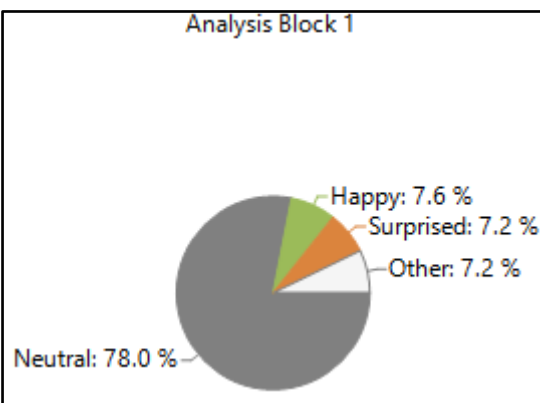
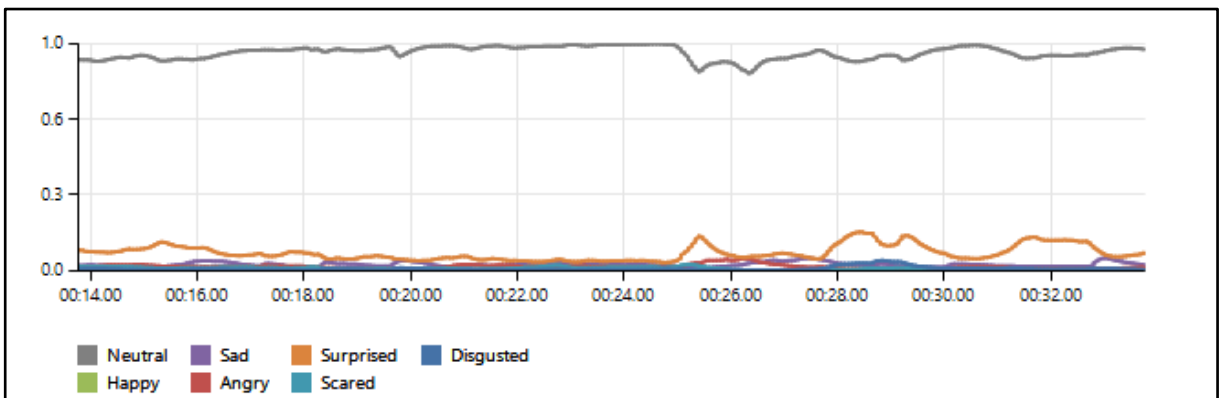
Partecipante 9 - Simone



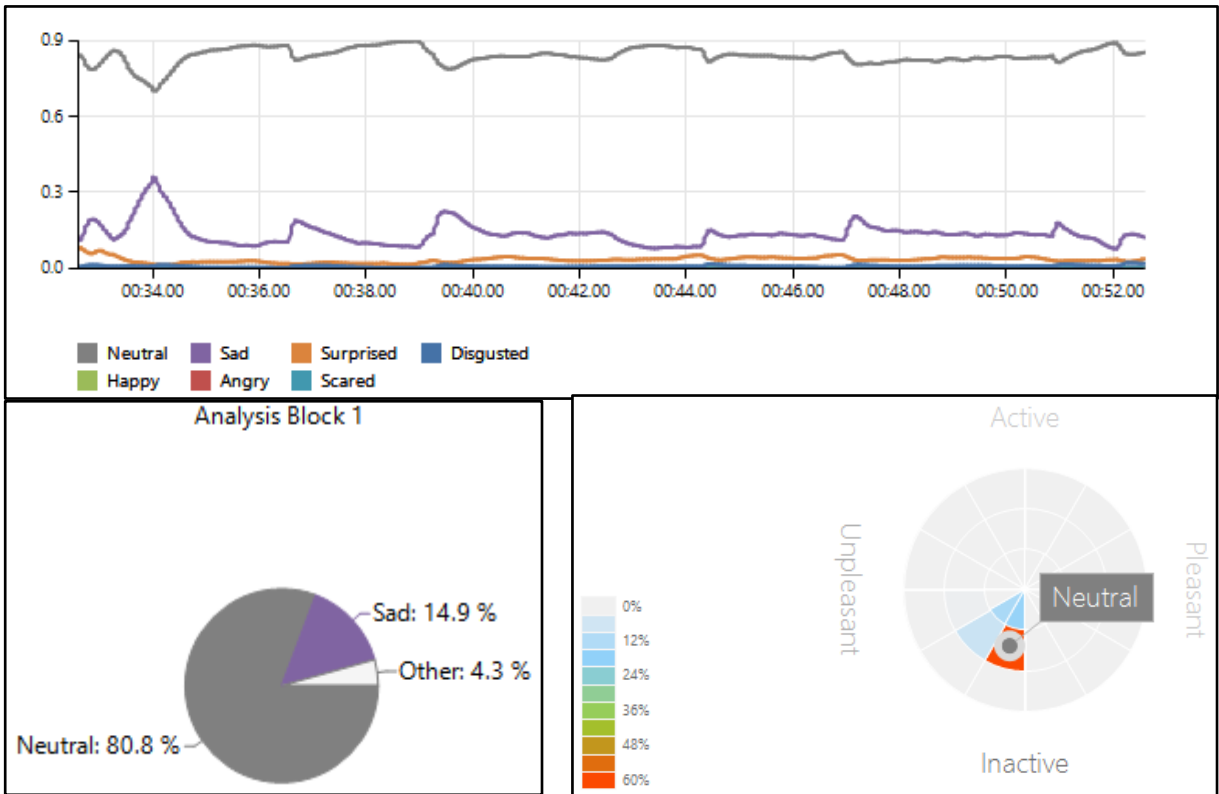
### Participante 10 - Vídeo 1



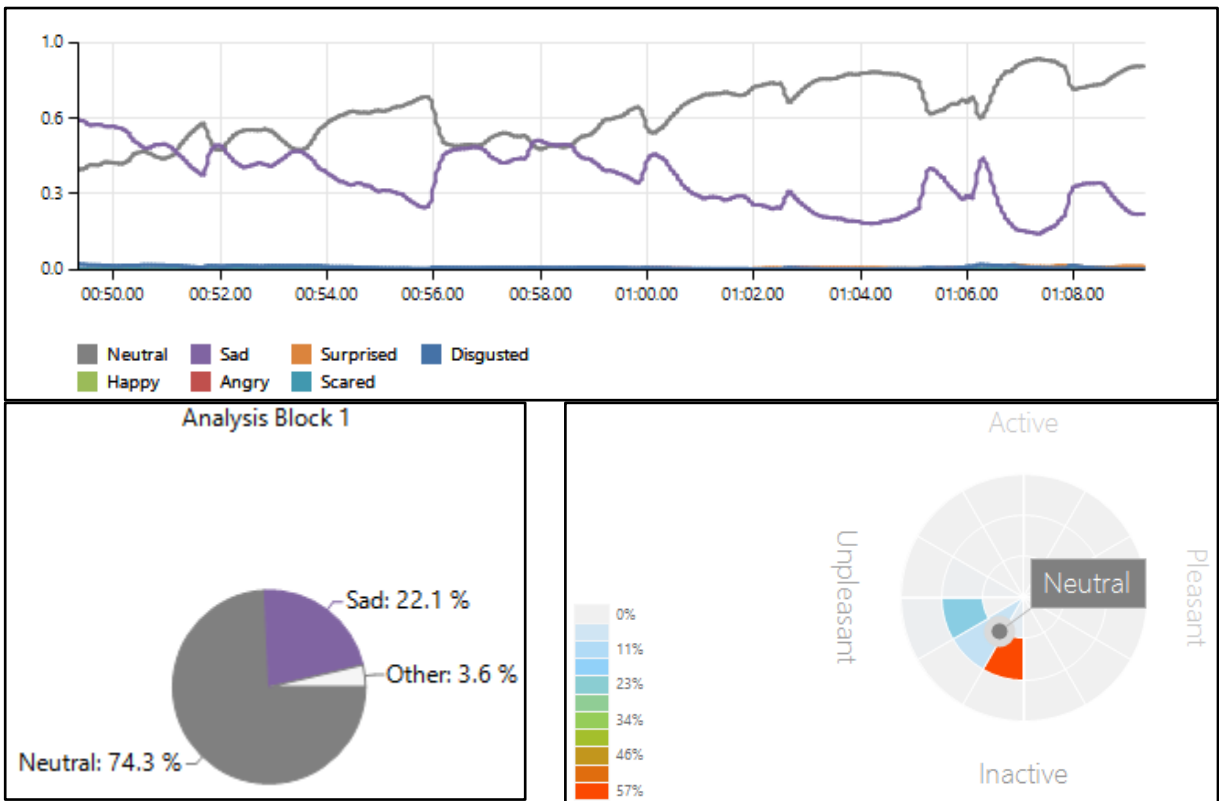
### Participante 10 - Vídeo 2



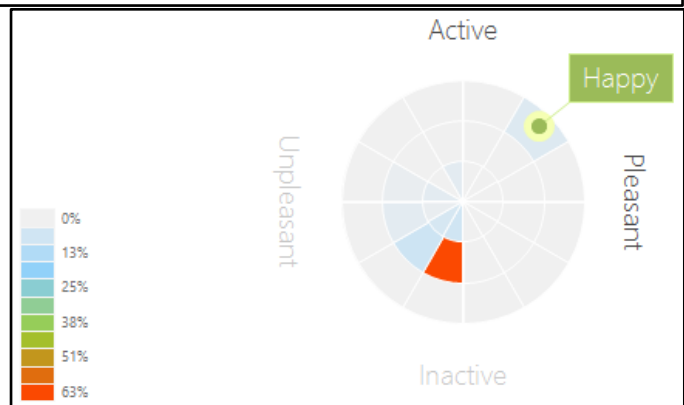
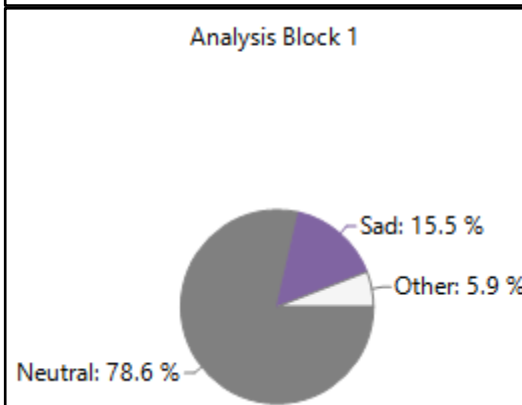
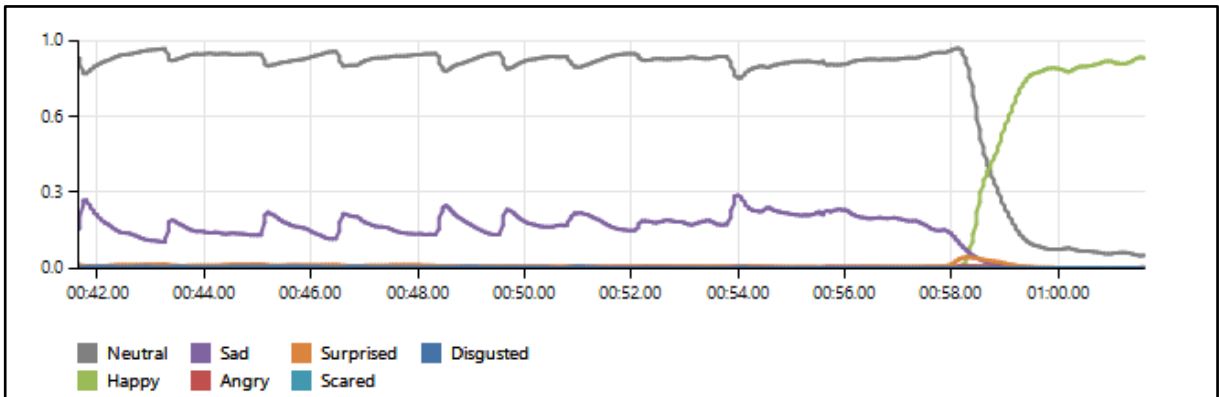
Participante 10 - Vídeo 3



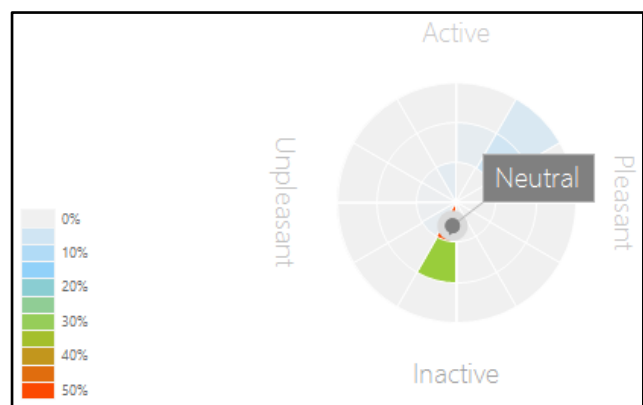
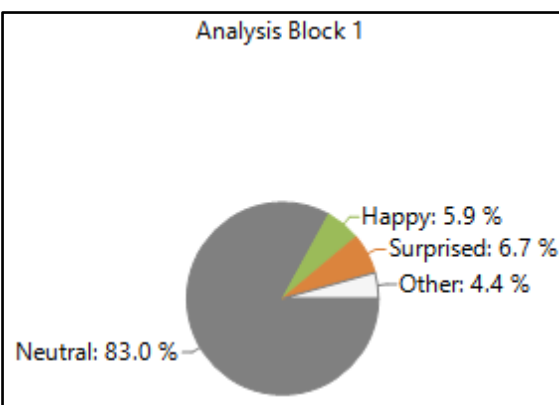
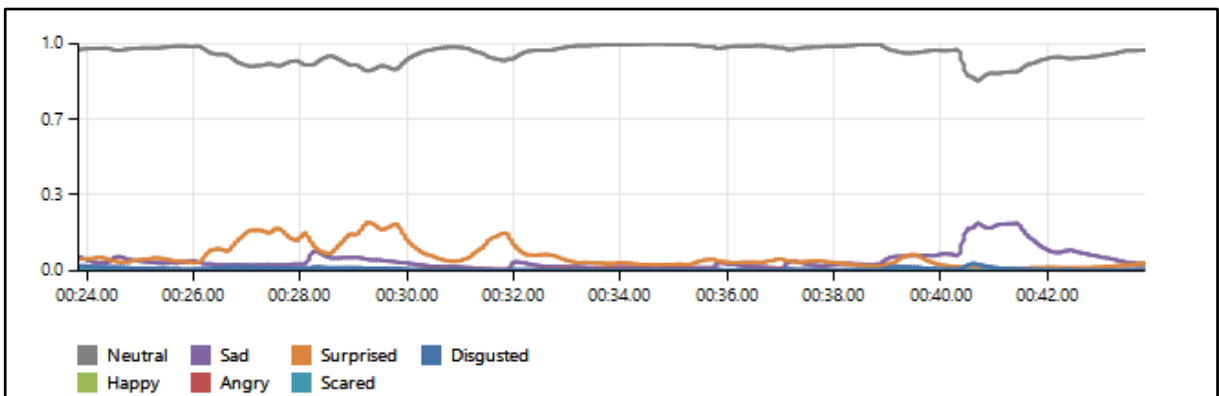
Participante 10 - Lula



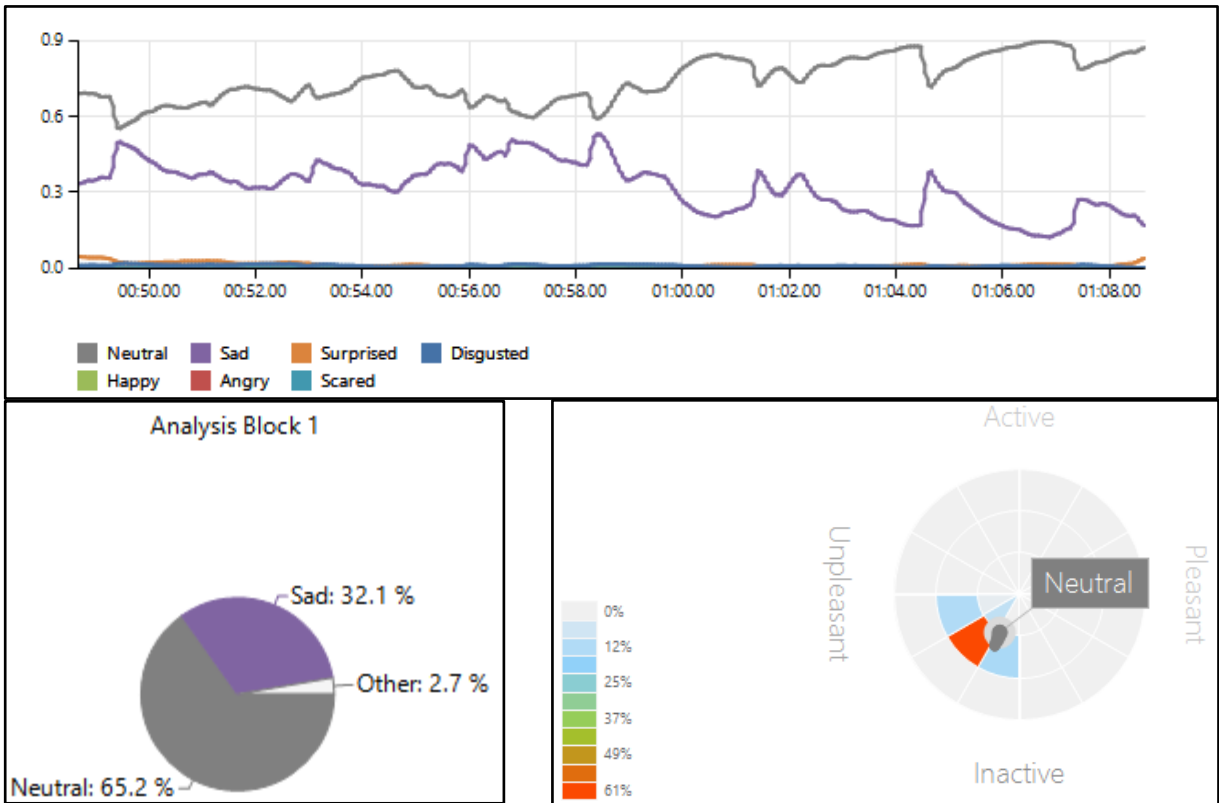
Partecipante 10 - Bolsonaro



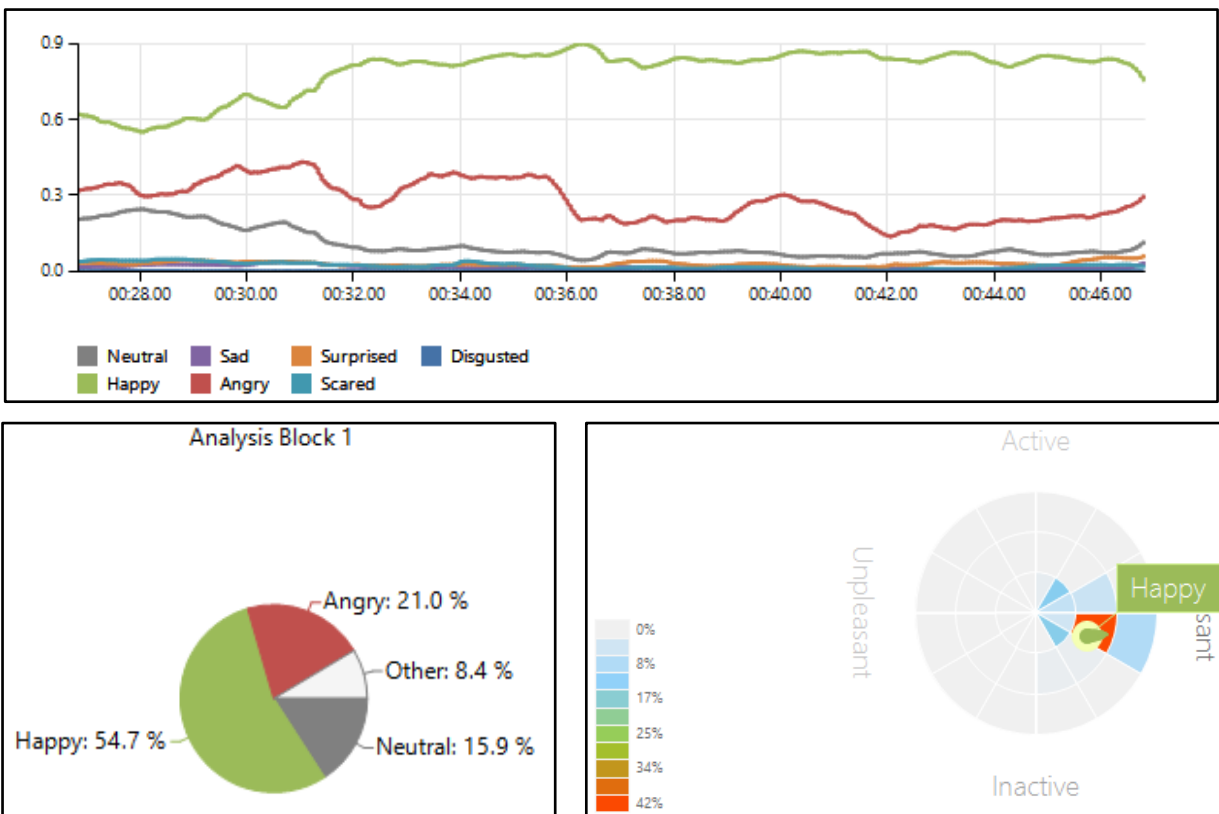
Partecipante 10 - Ciro



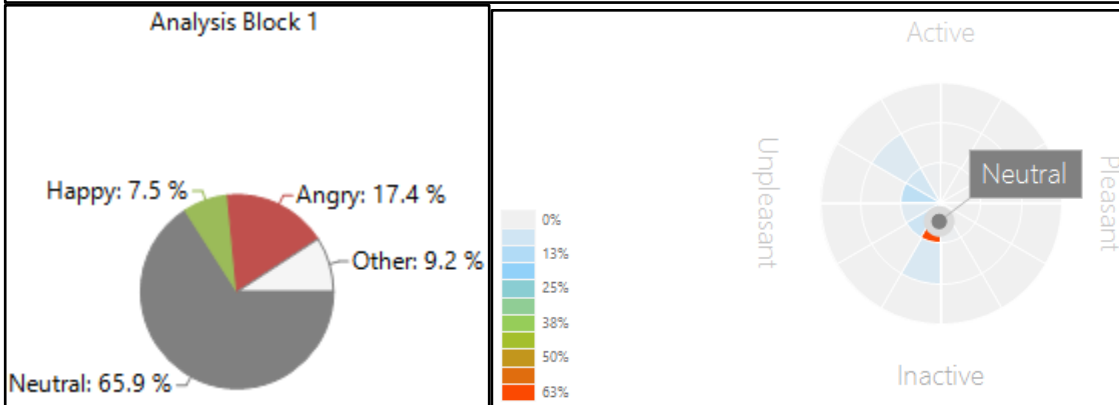
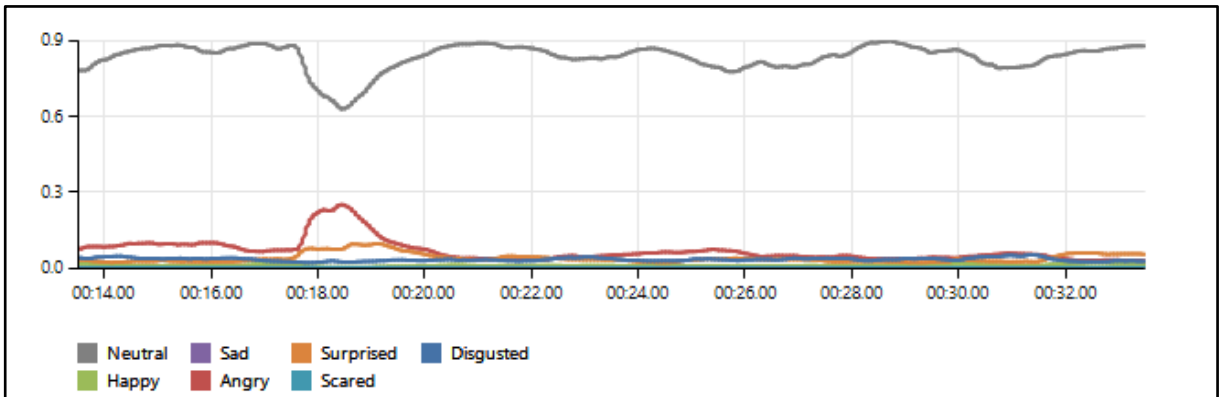
Partecipante 10 - Simone



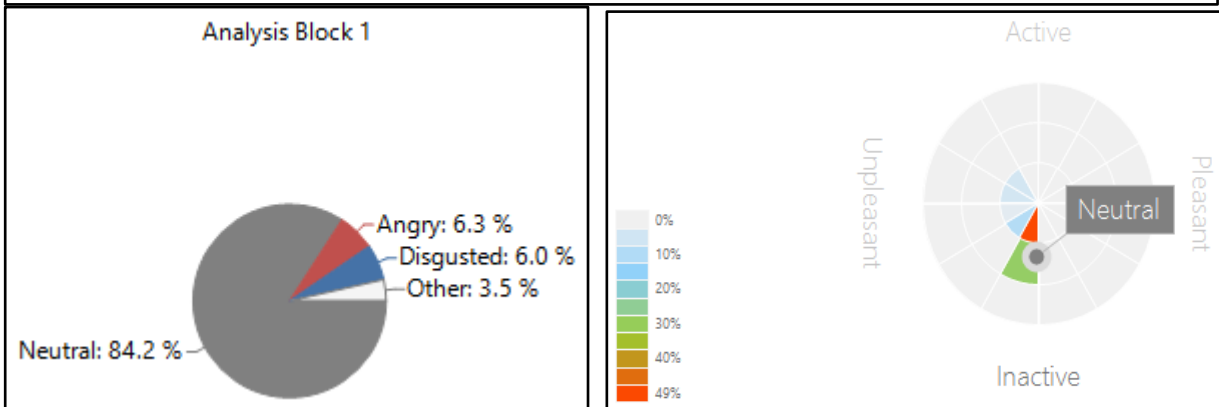
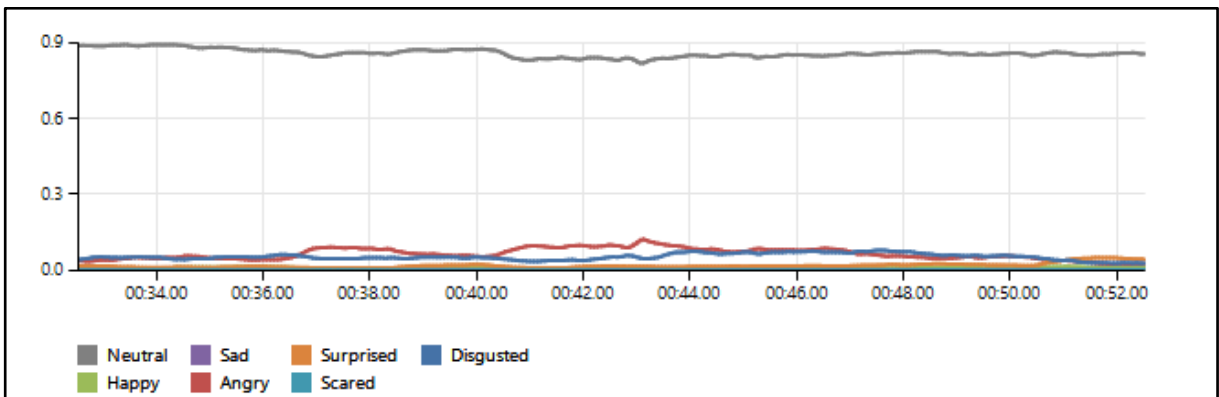
Partecipante 11 - Vídeo 1



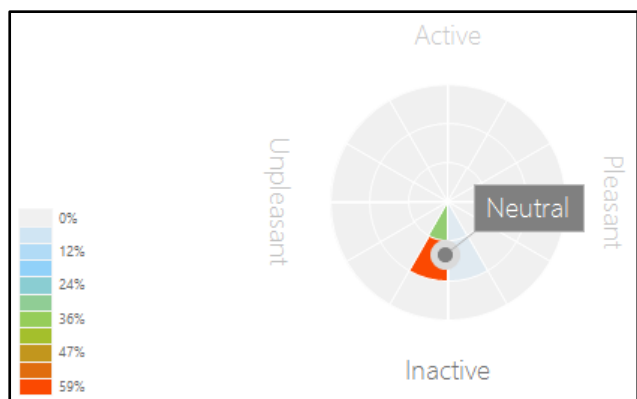
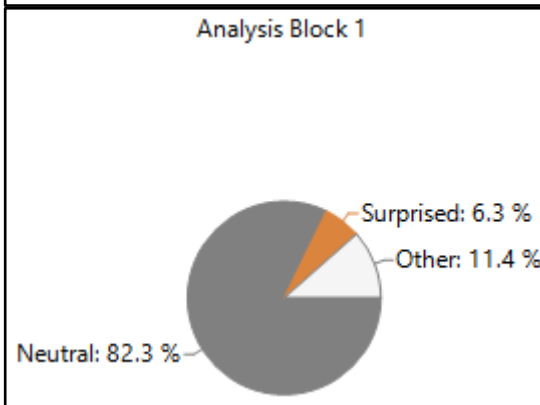
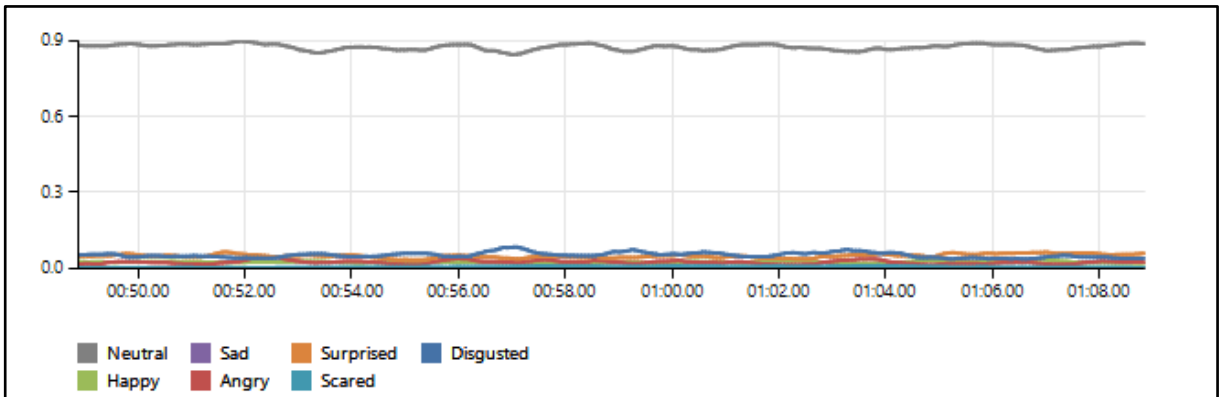
### Participante 11 - Vídeo 2



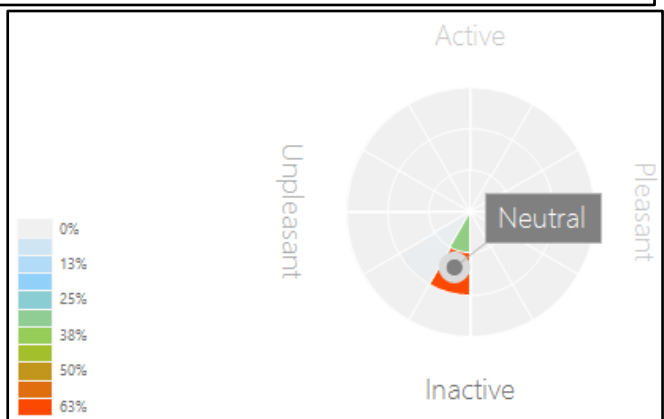
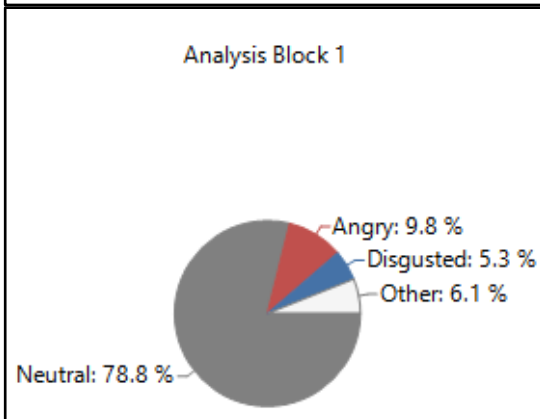
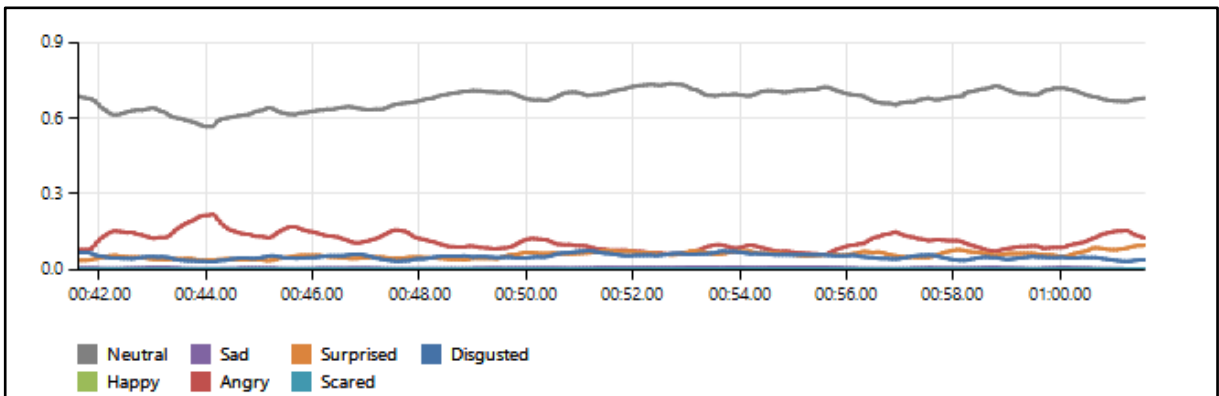
### Participante 11 - Vídeo 3



Participante 11 - Lula

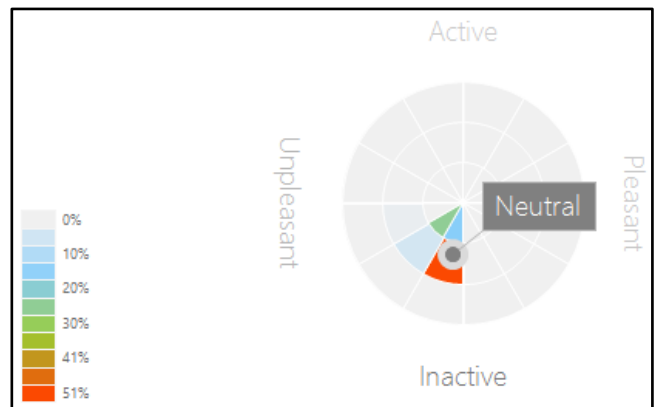
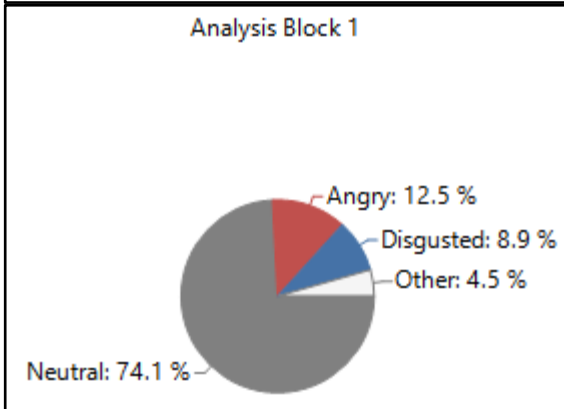
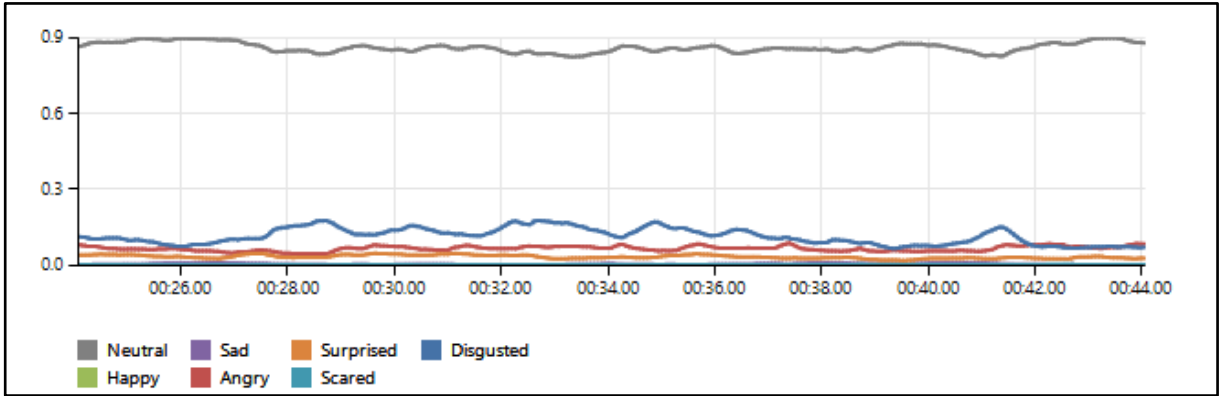


Participante 11 - Bolsonaro

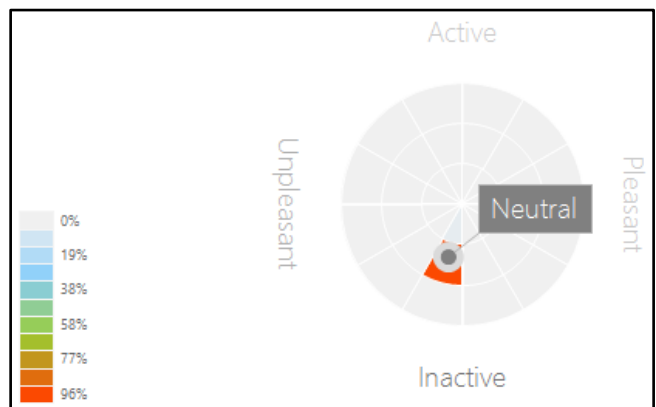
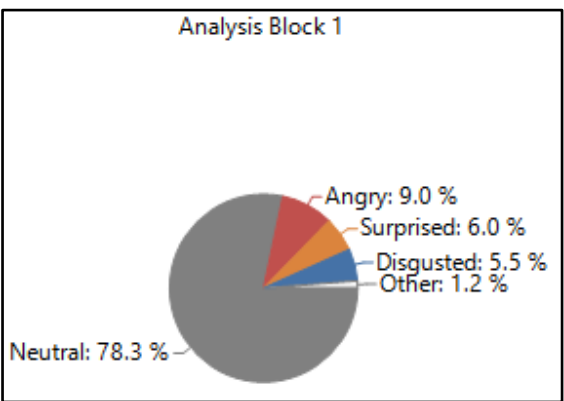
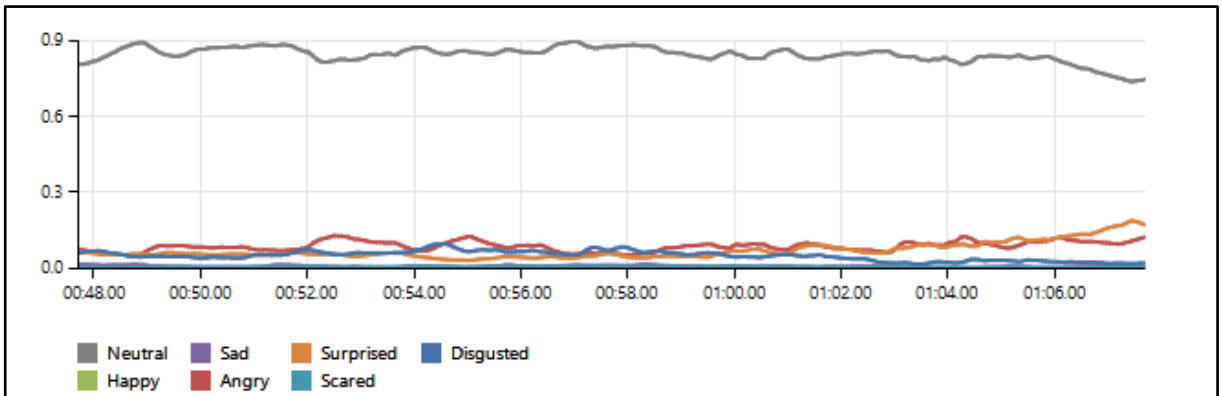




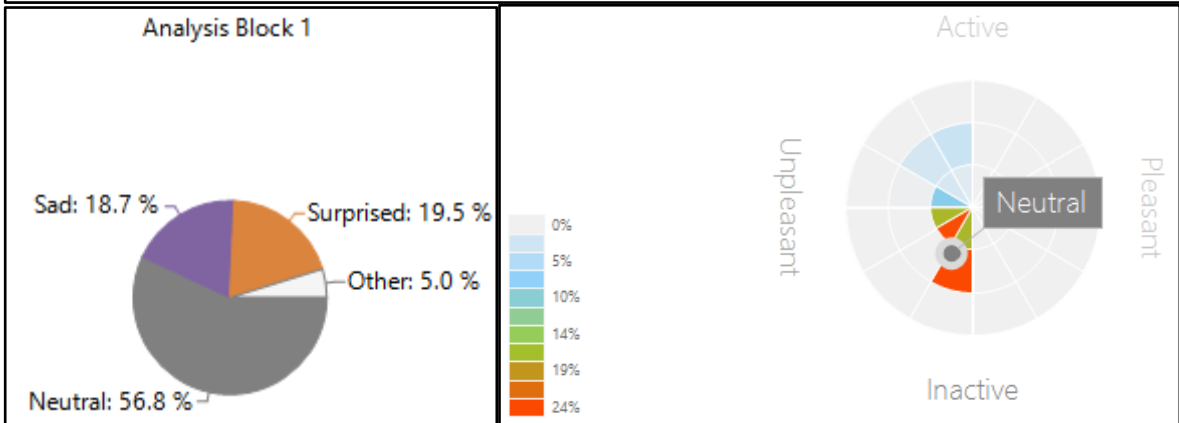
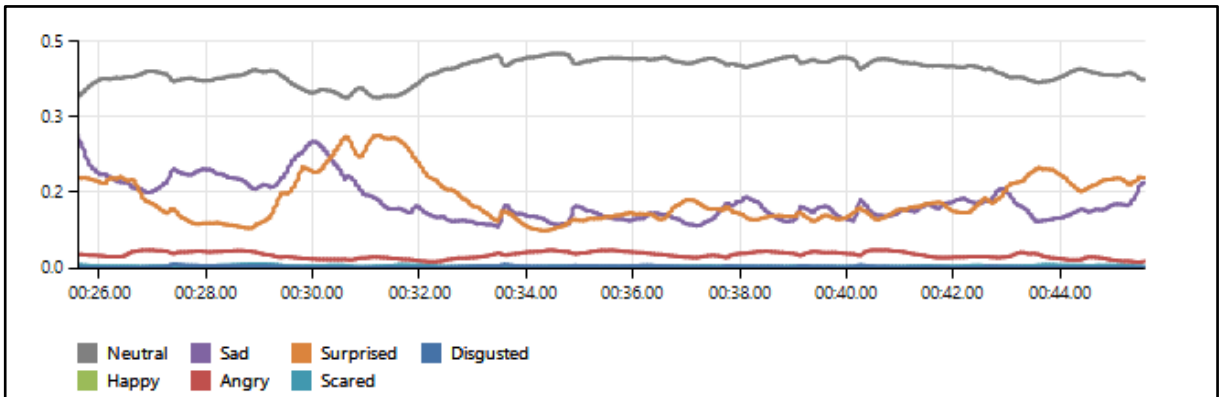
Participante 11 - Ciro Gomes



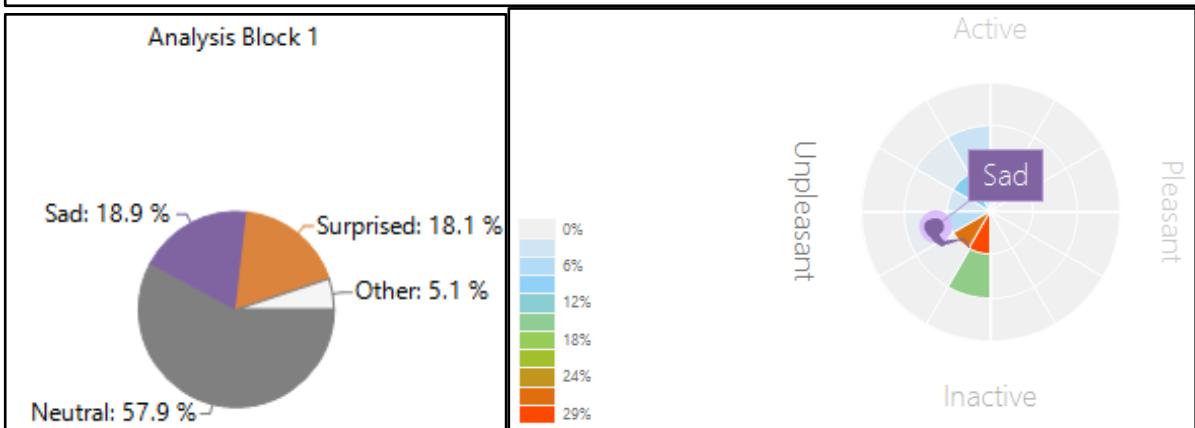
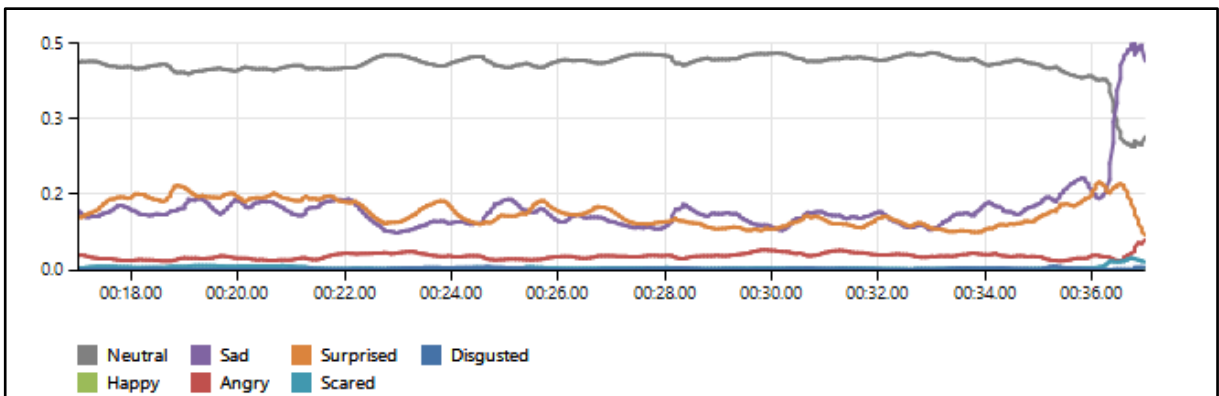
Participante 11 - Simone Tebet



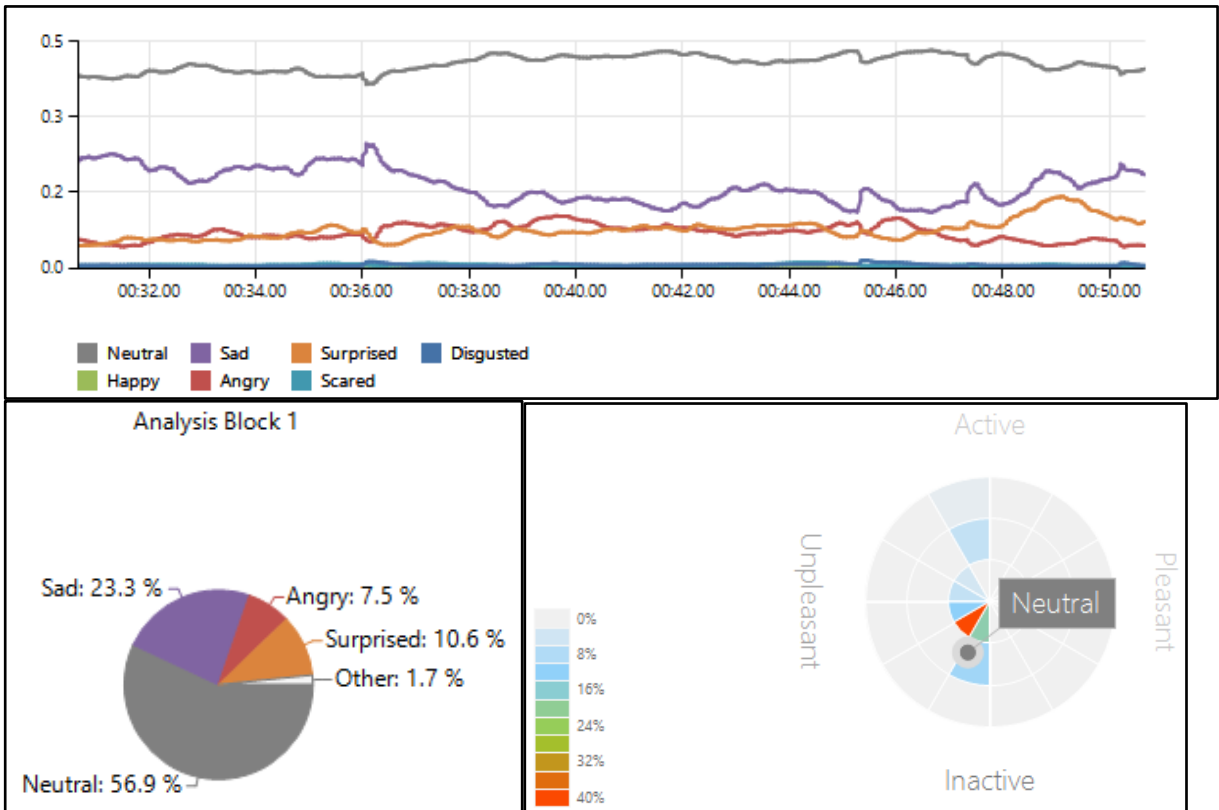
Participante 12 - Vídeo 1



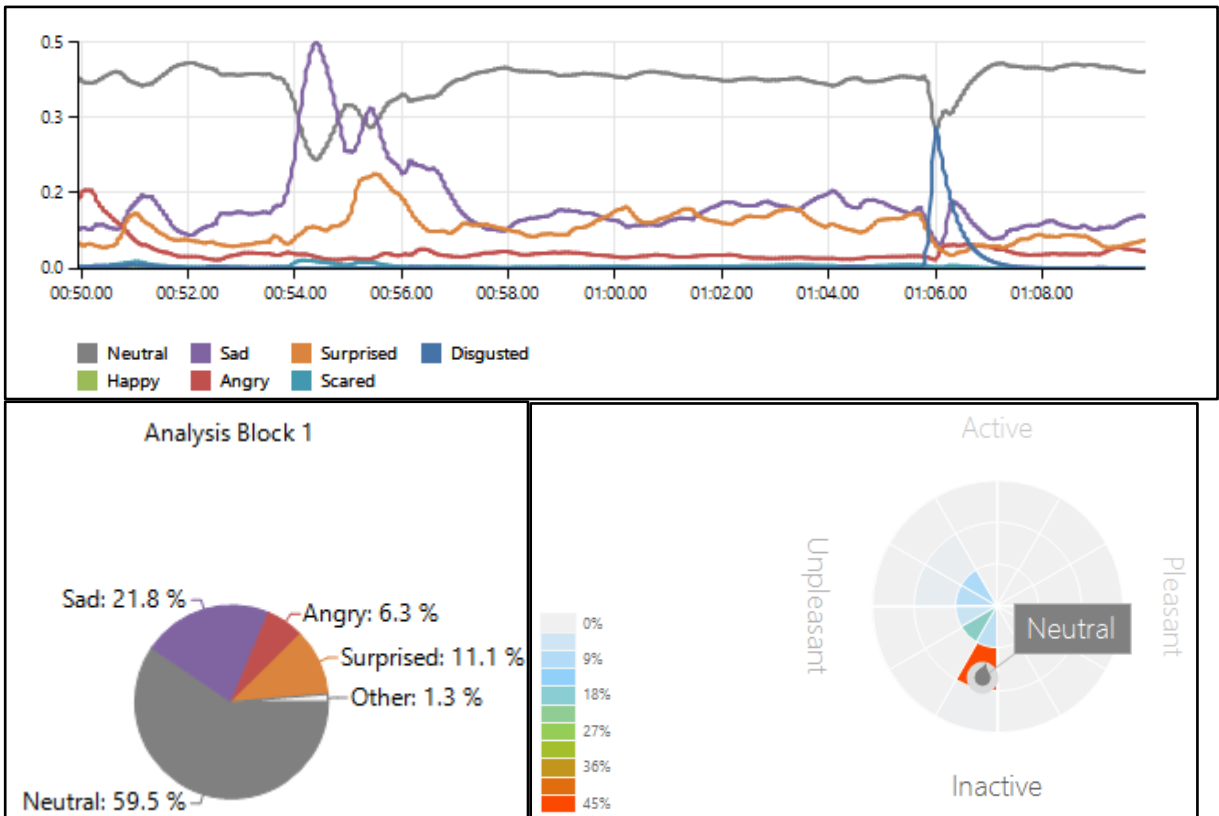
Participante 12 - Vídeo 2



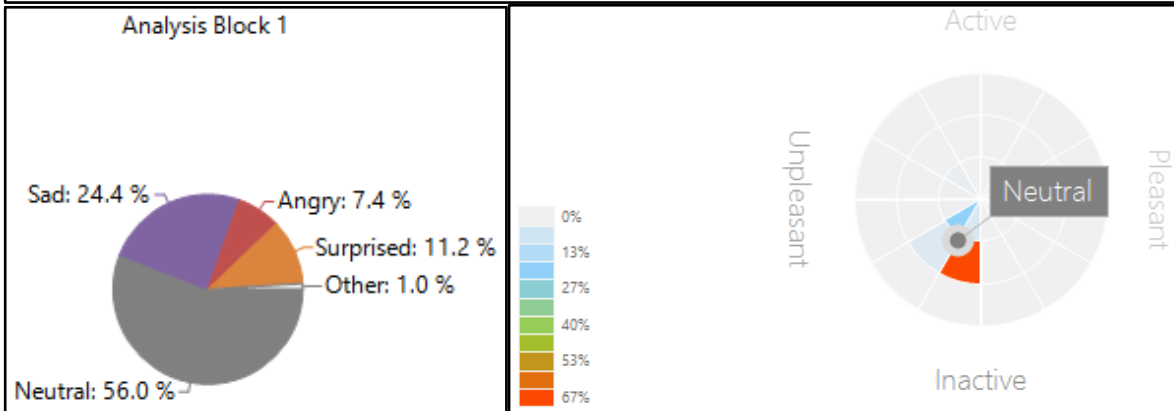
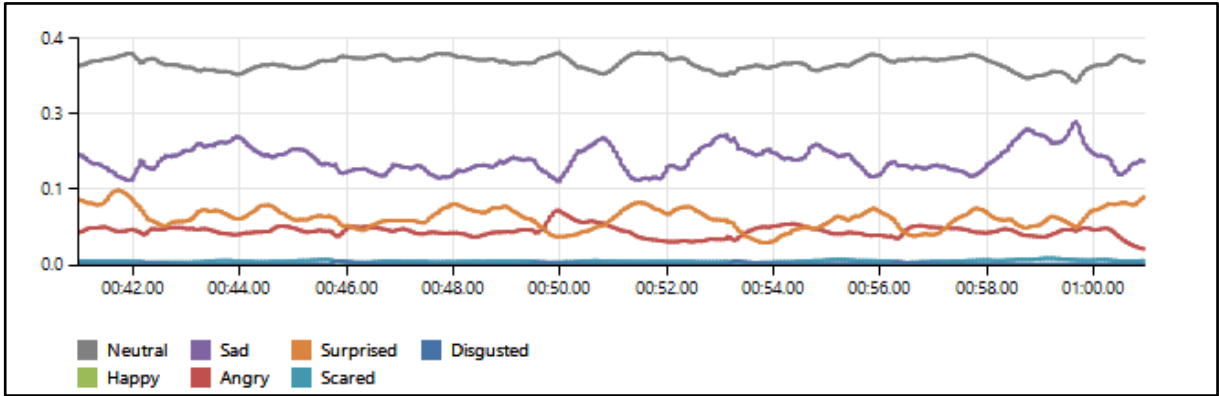
Participante 12 - Vídeo 3



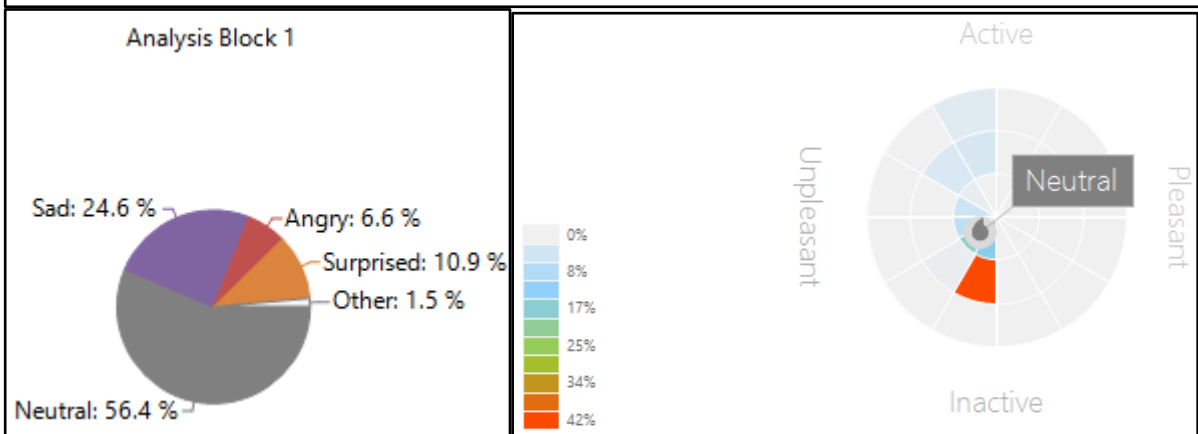
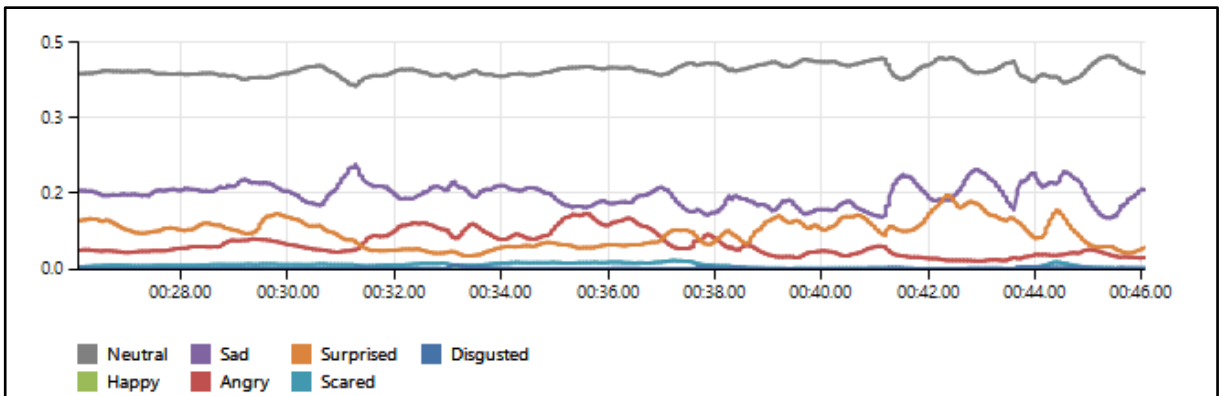
Participante 12 - Lula



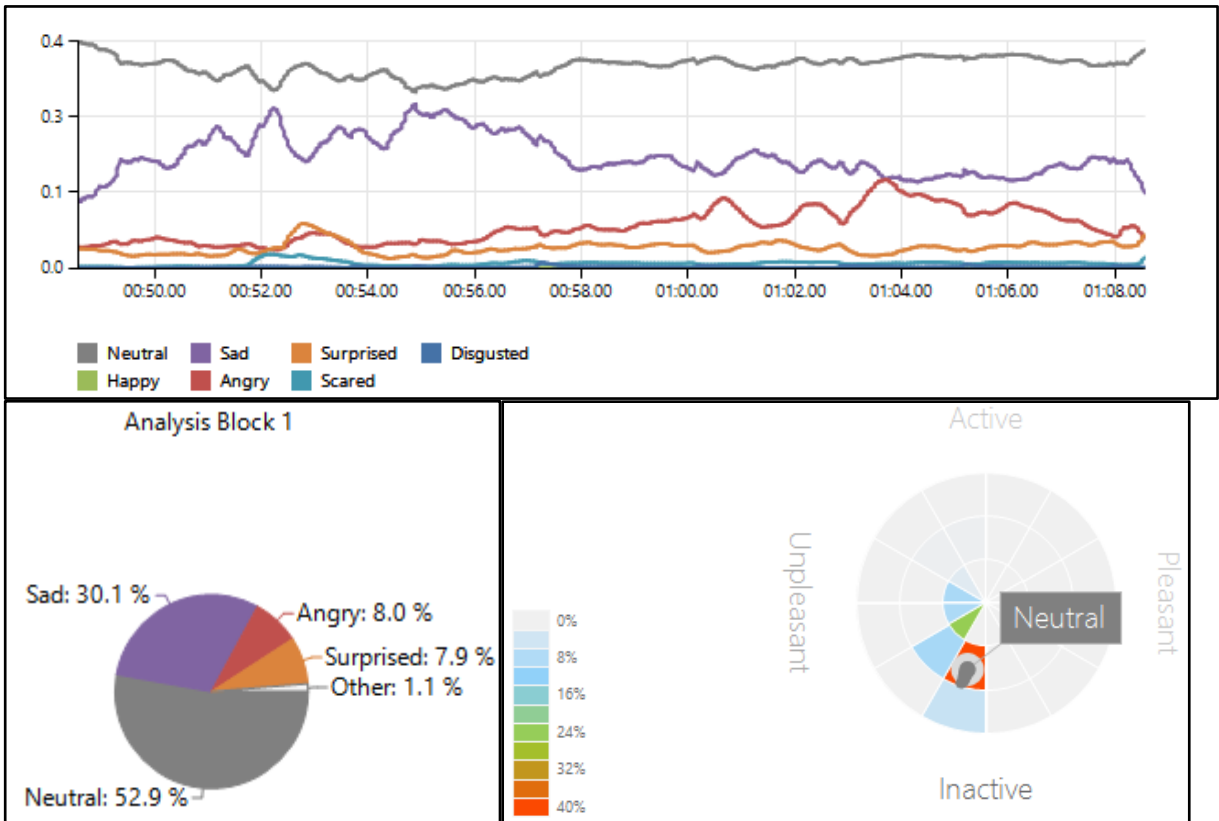
Participante 12 - Bolsonaro



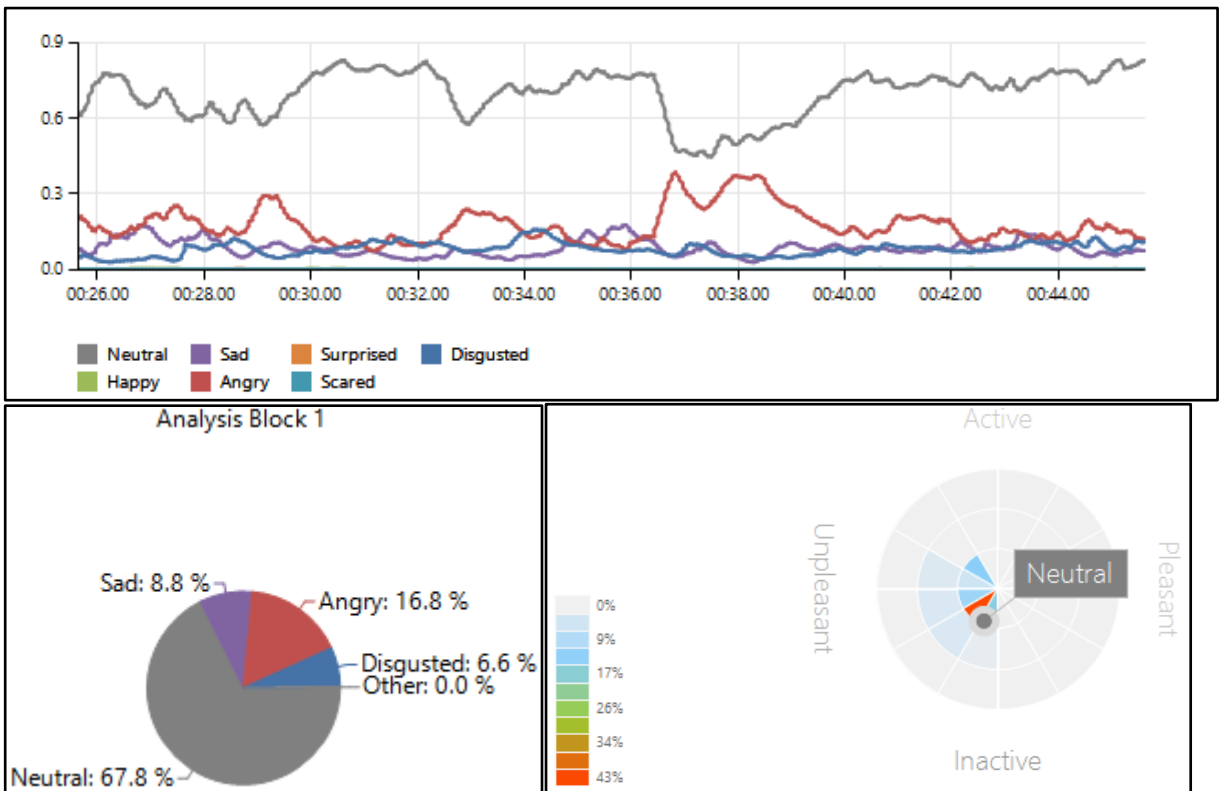
Participante 12 - Ciro Gomes



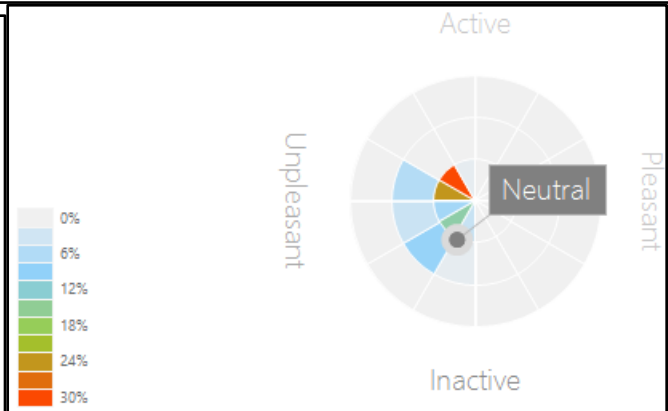
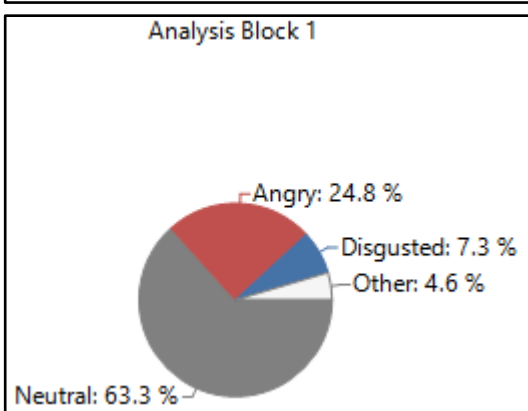
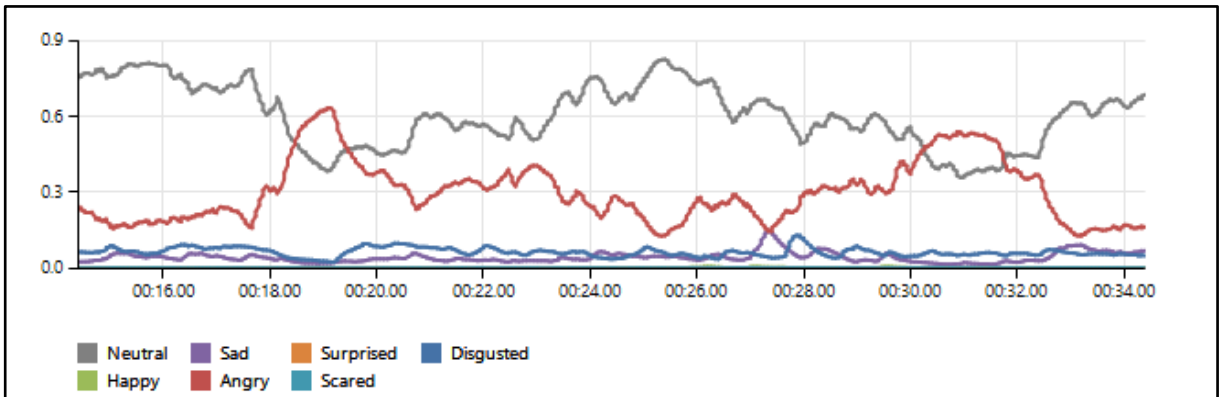
Partecipante 12 - Simone Tebet



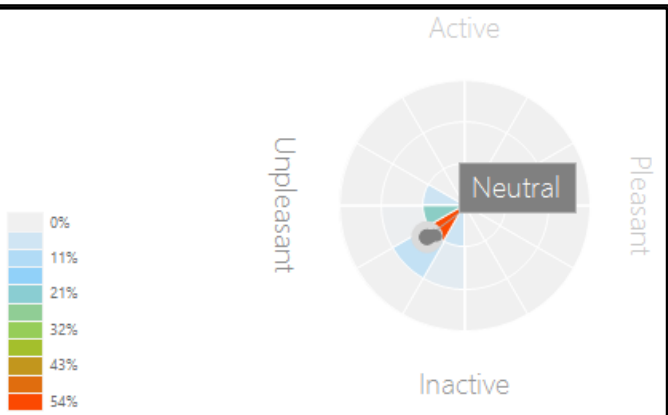
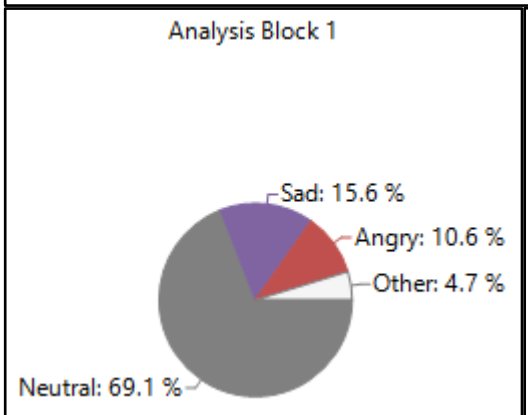
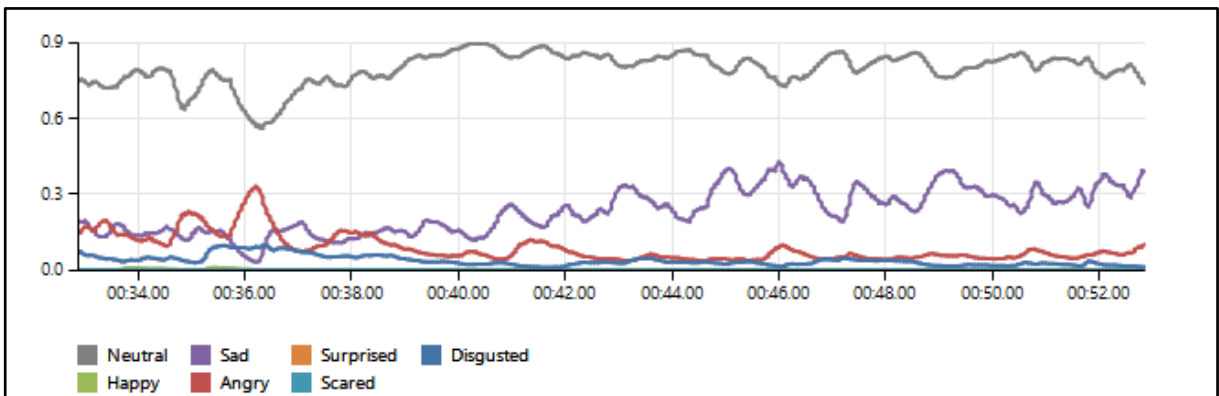
Partecipante 13 - Vídeo 1



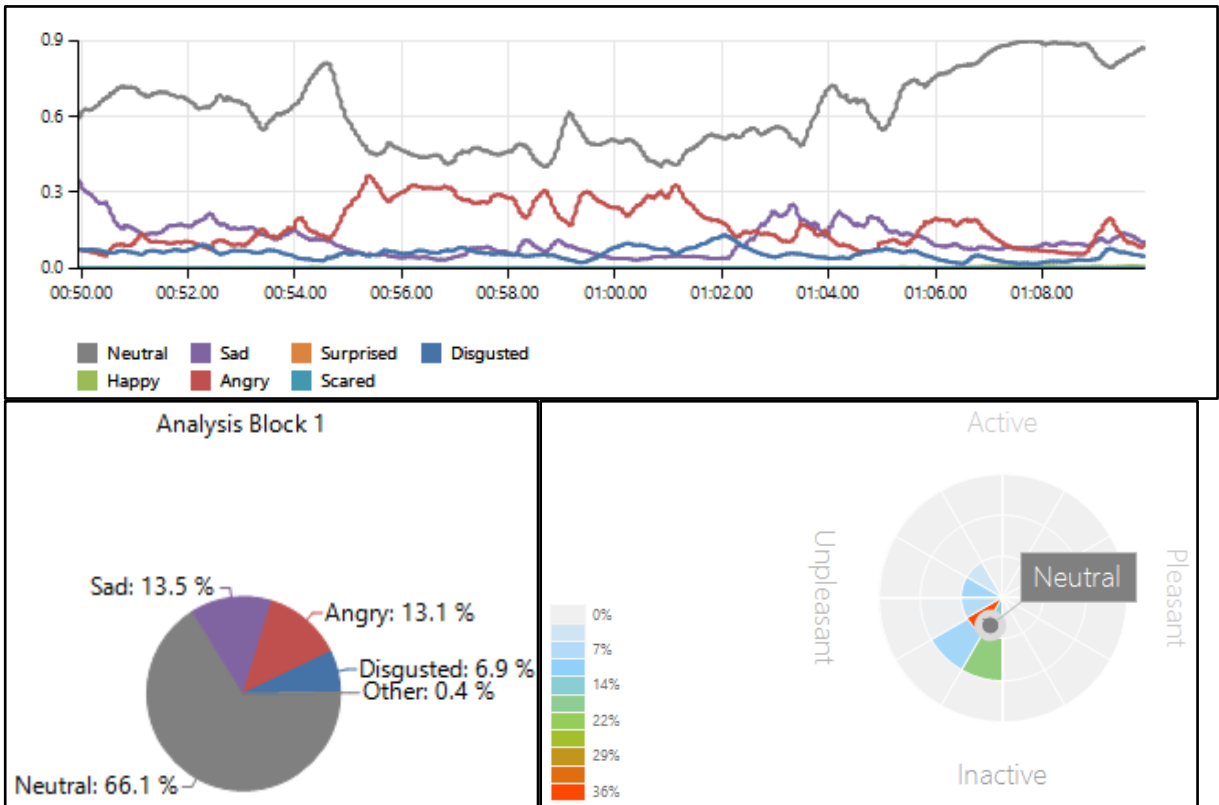
Participante 13 - Vídeo 2



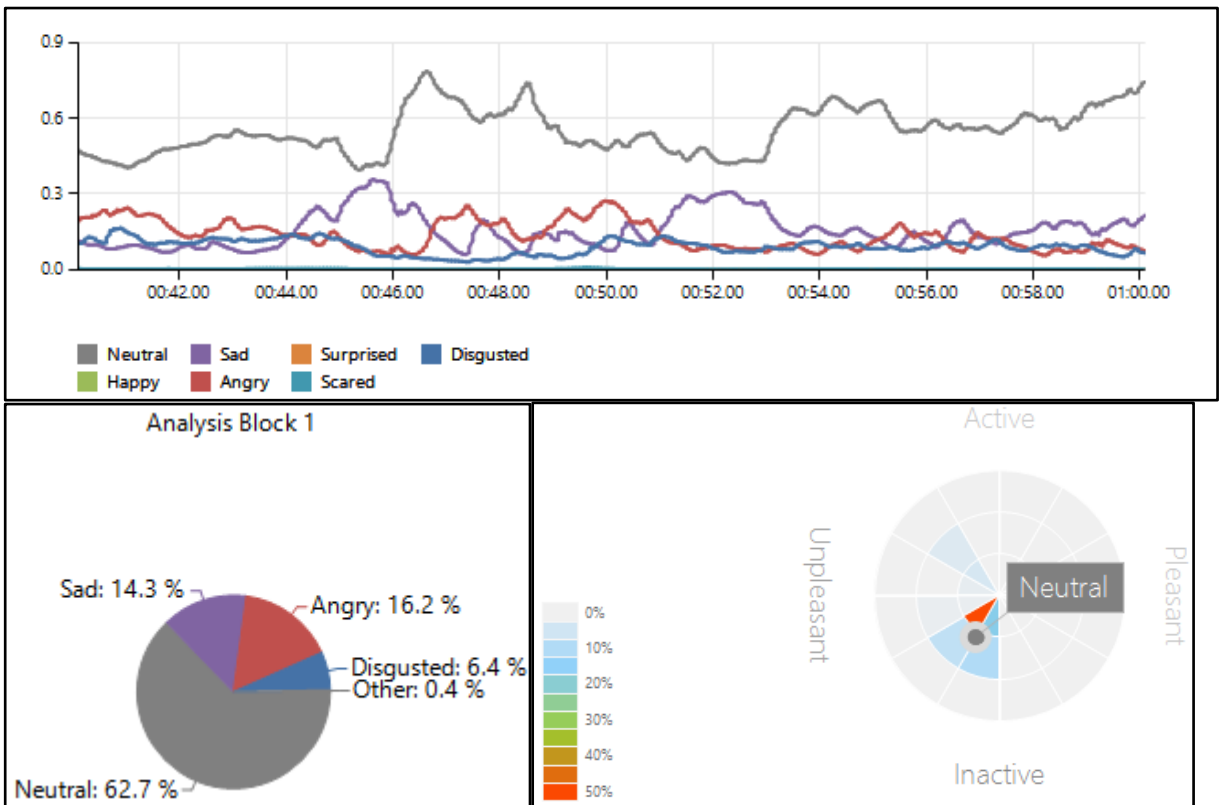
Participante 13 - Vídeo 3



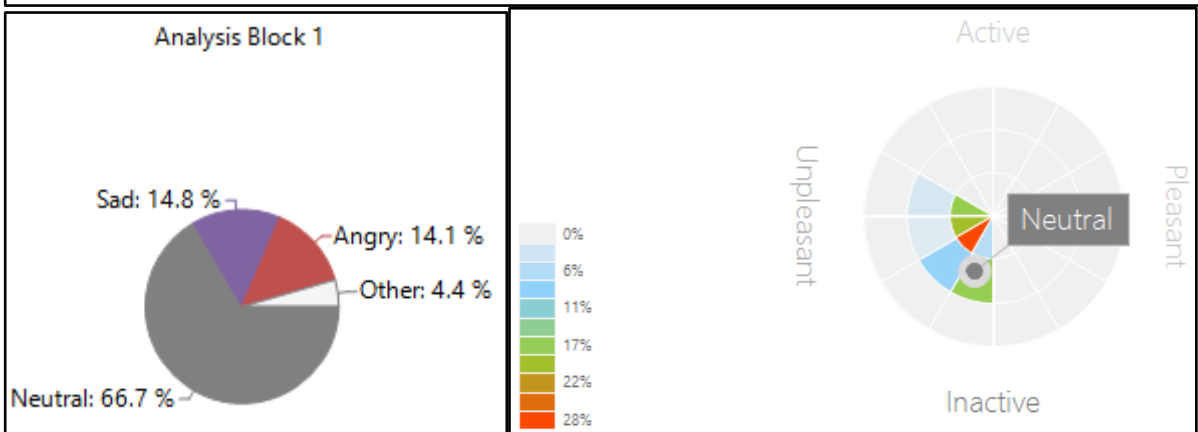
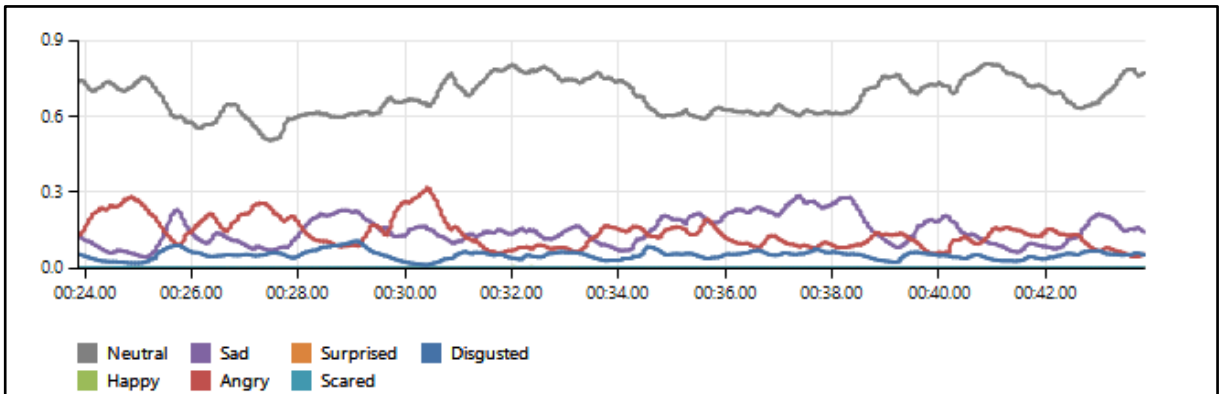
Participante 13 - Lula



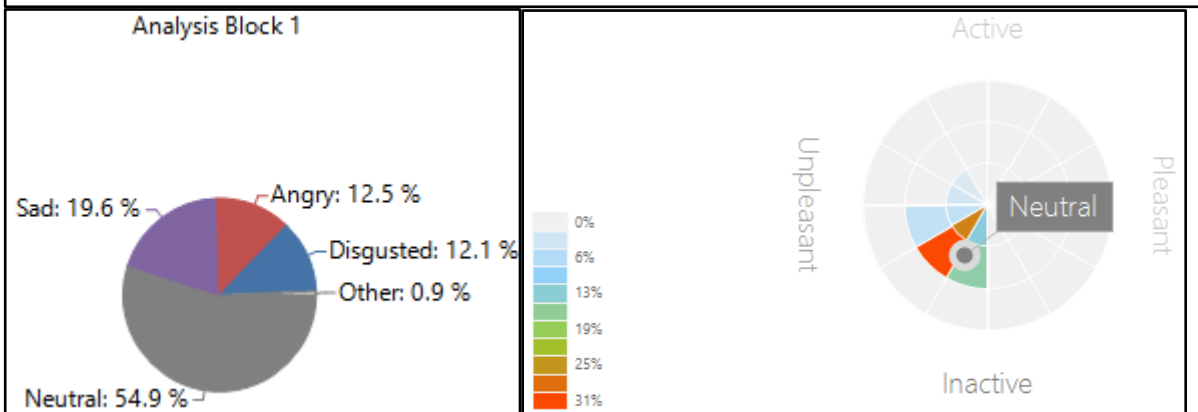
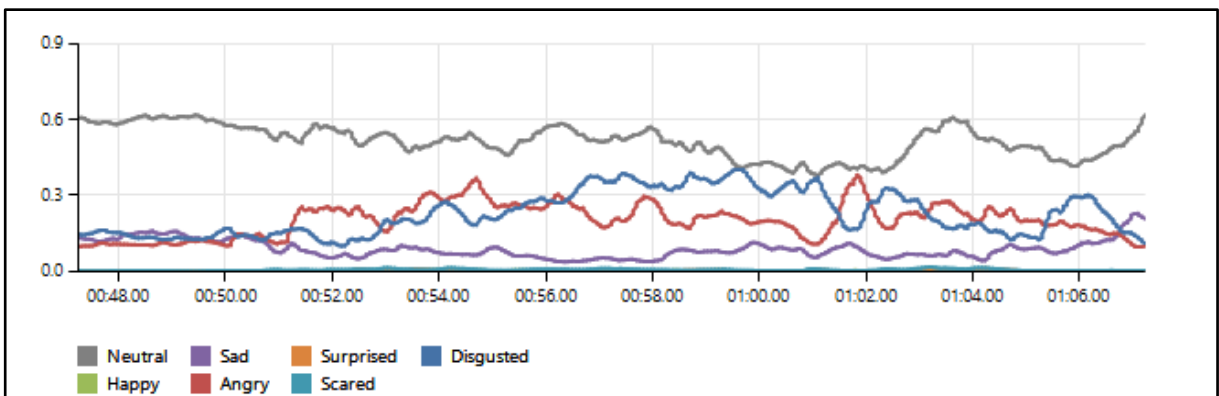
Participante 13 - Bolsonaro



Participante 13 - Ciro Gomes

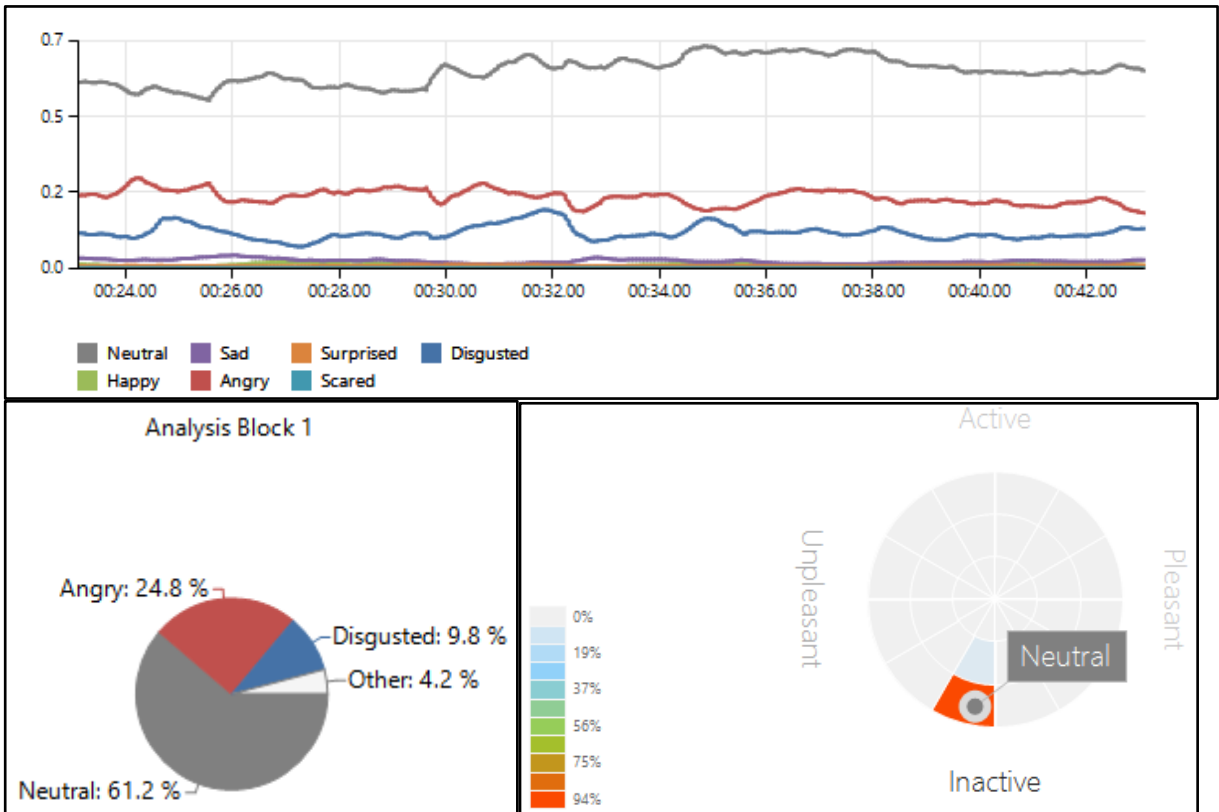


Participante 13 - Simone Tebet

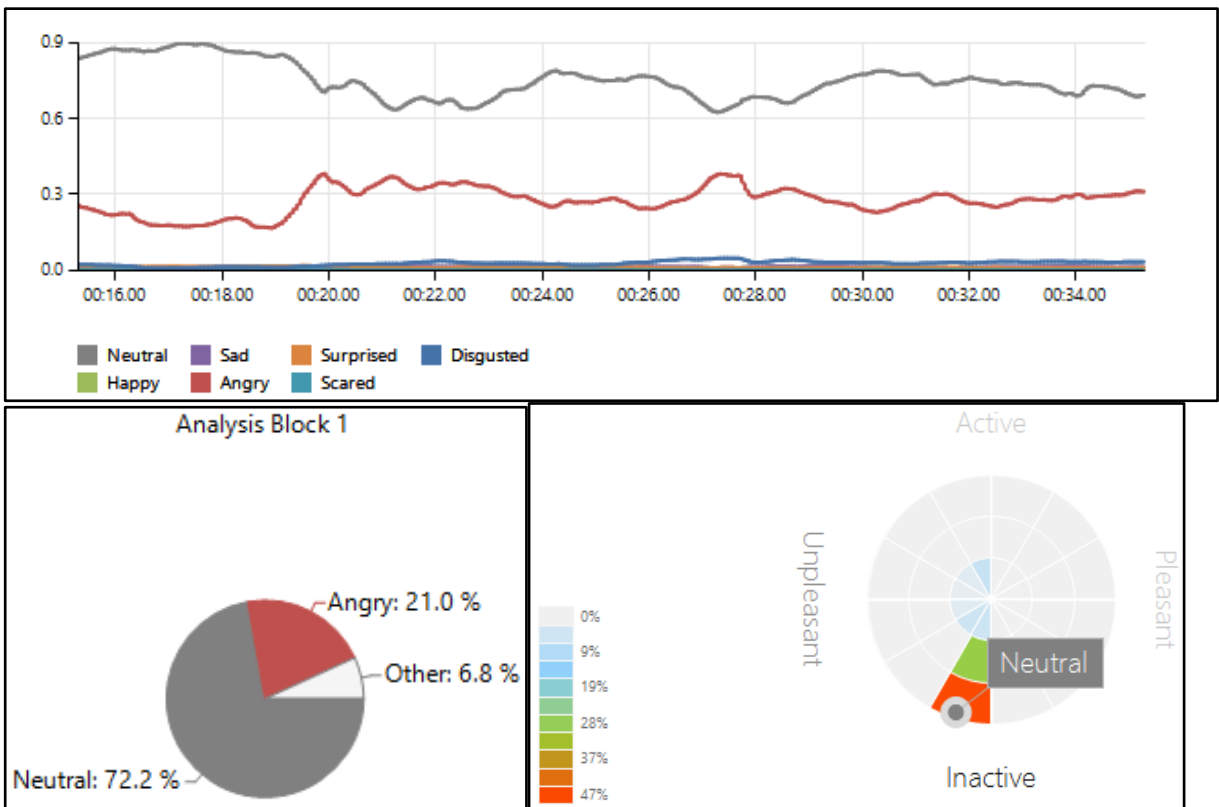




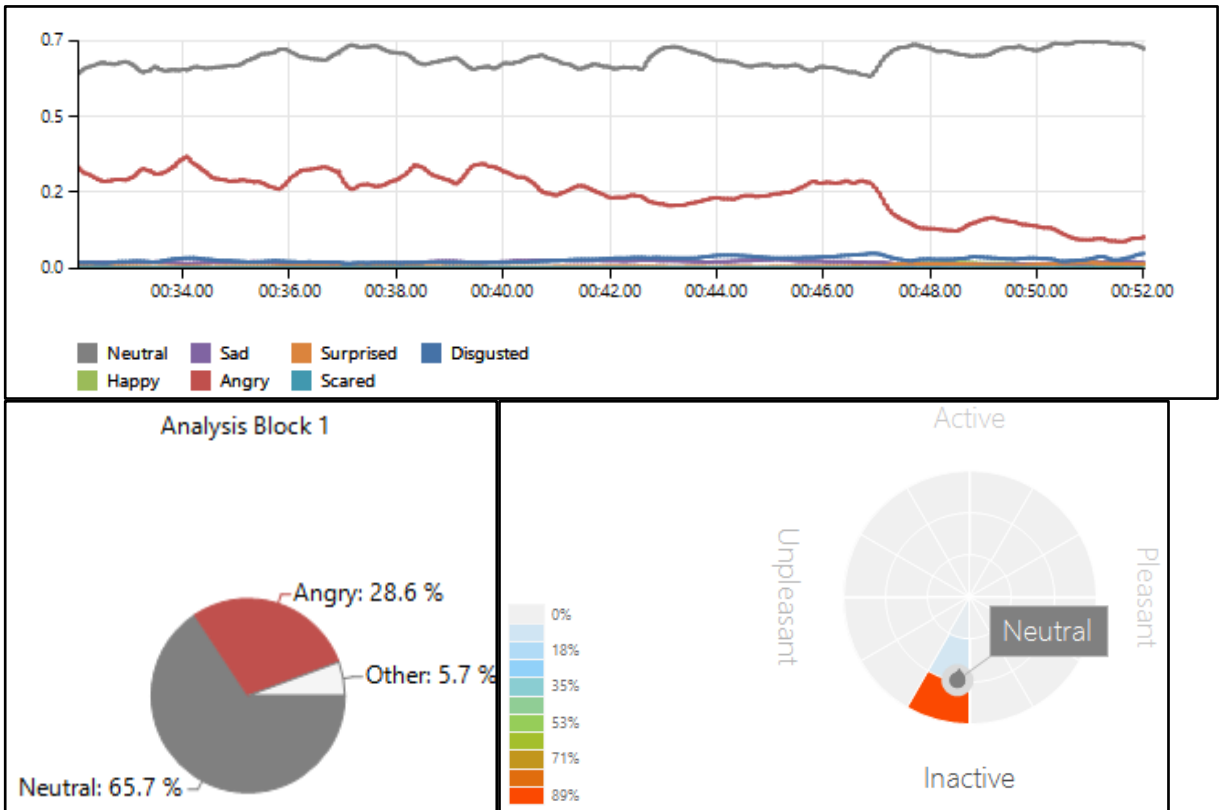
Participante 14 - Vídeo 1



Participante 14 - Vídeo 2



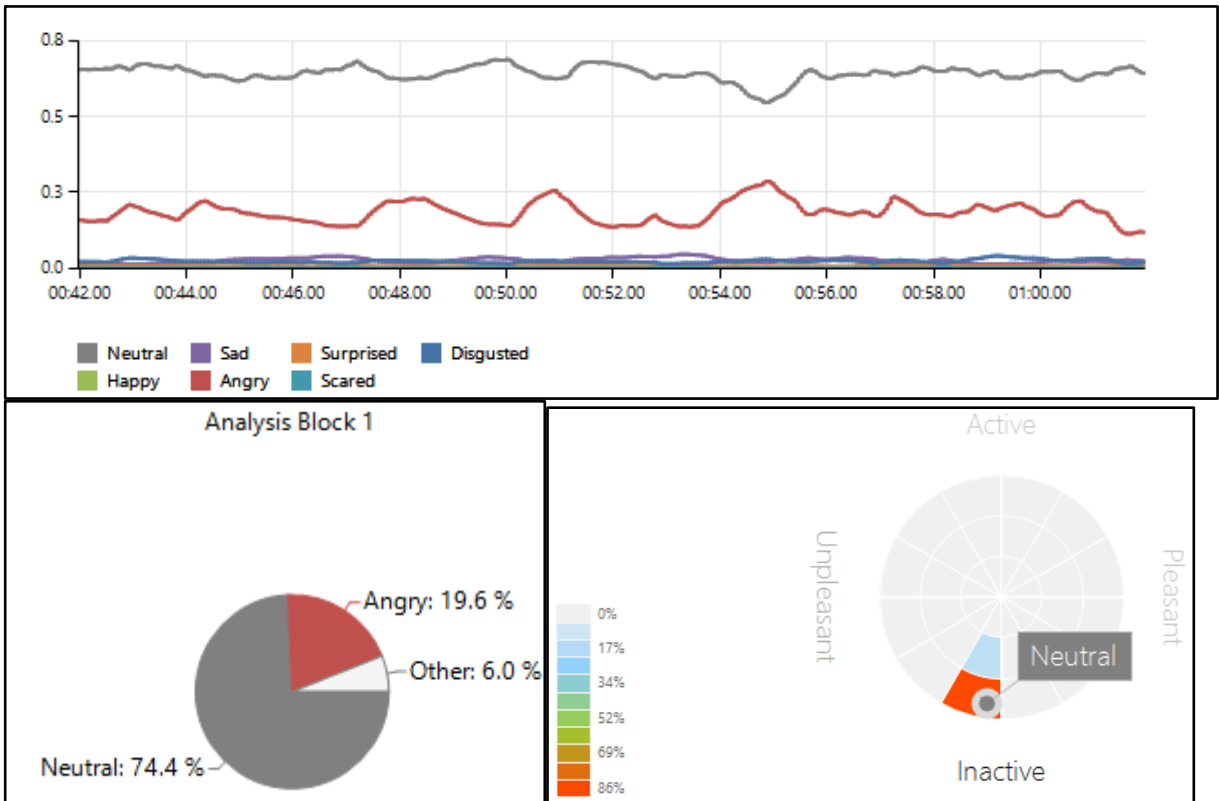
Participante 14 - Vídeo 3



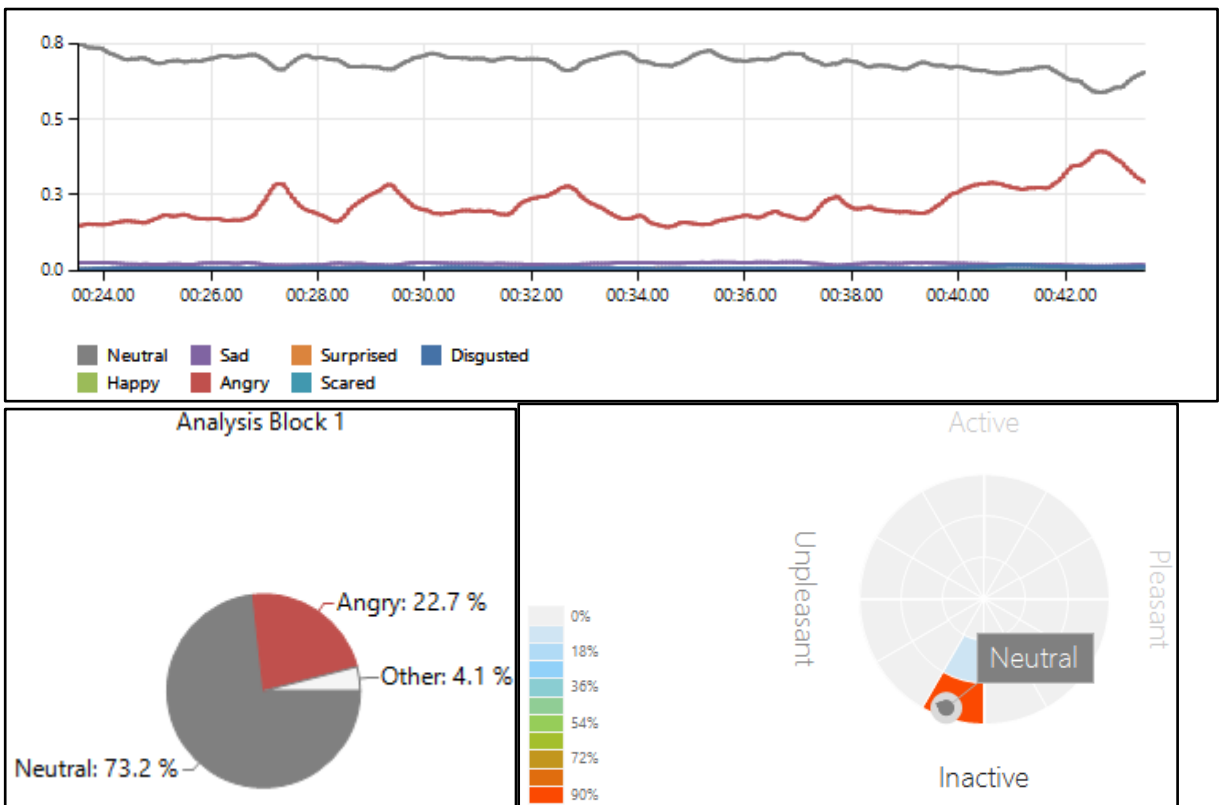
Participante 14 - Lula



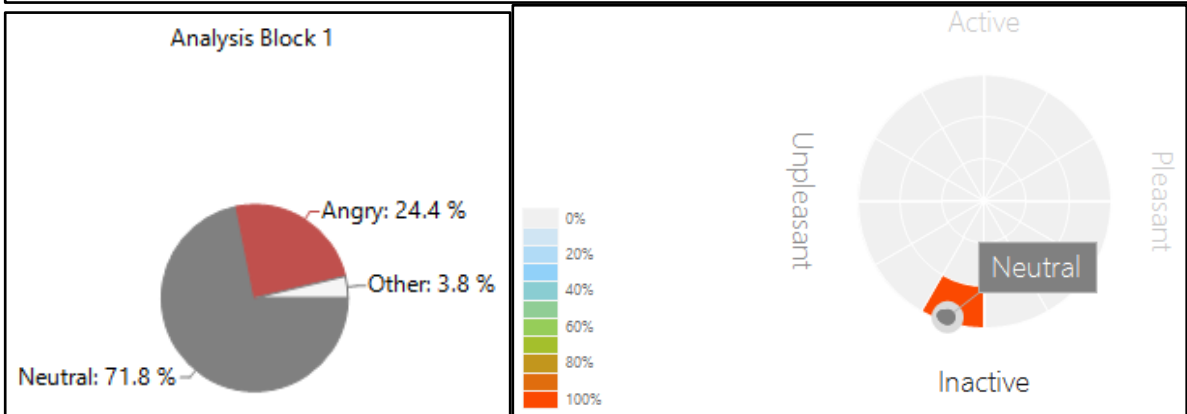
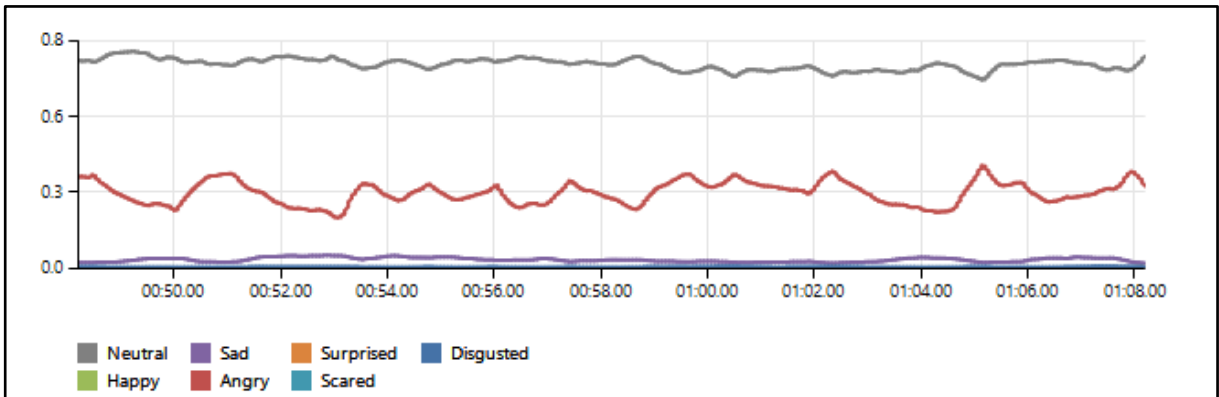
Participante 14 - Bolsonaro



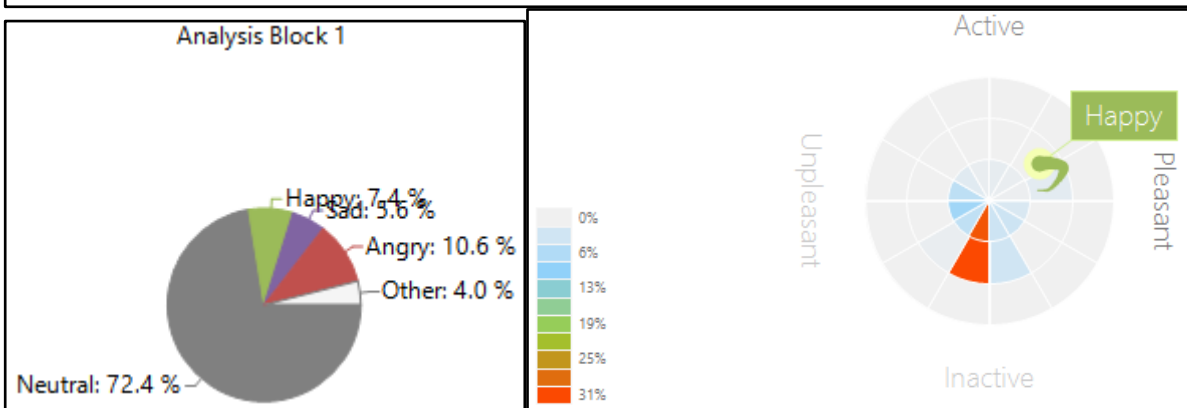
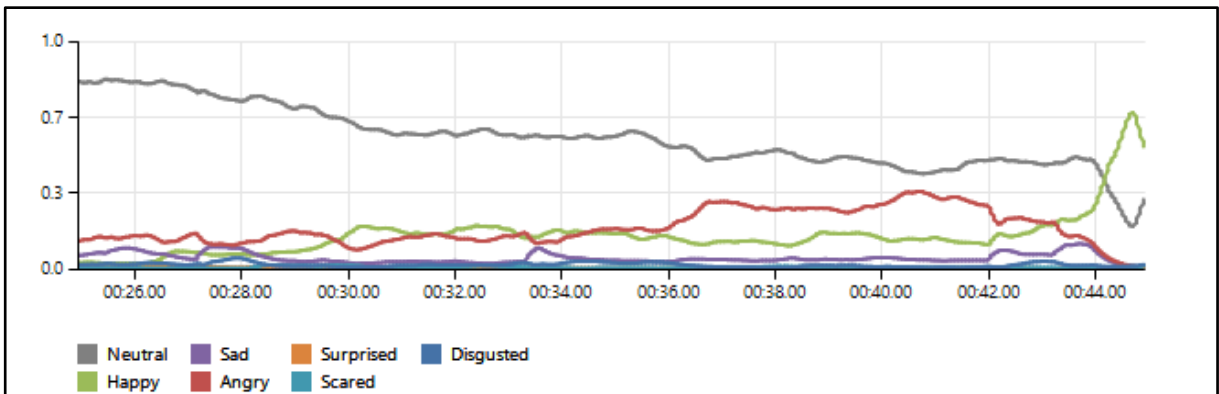
Participante 14 - Ciro Gomes



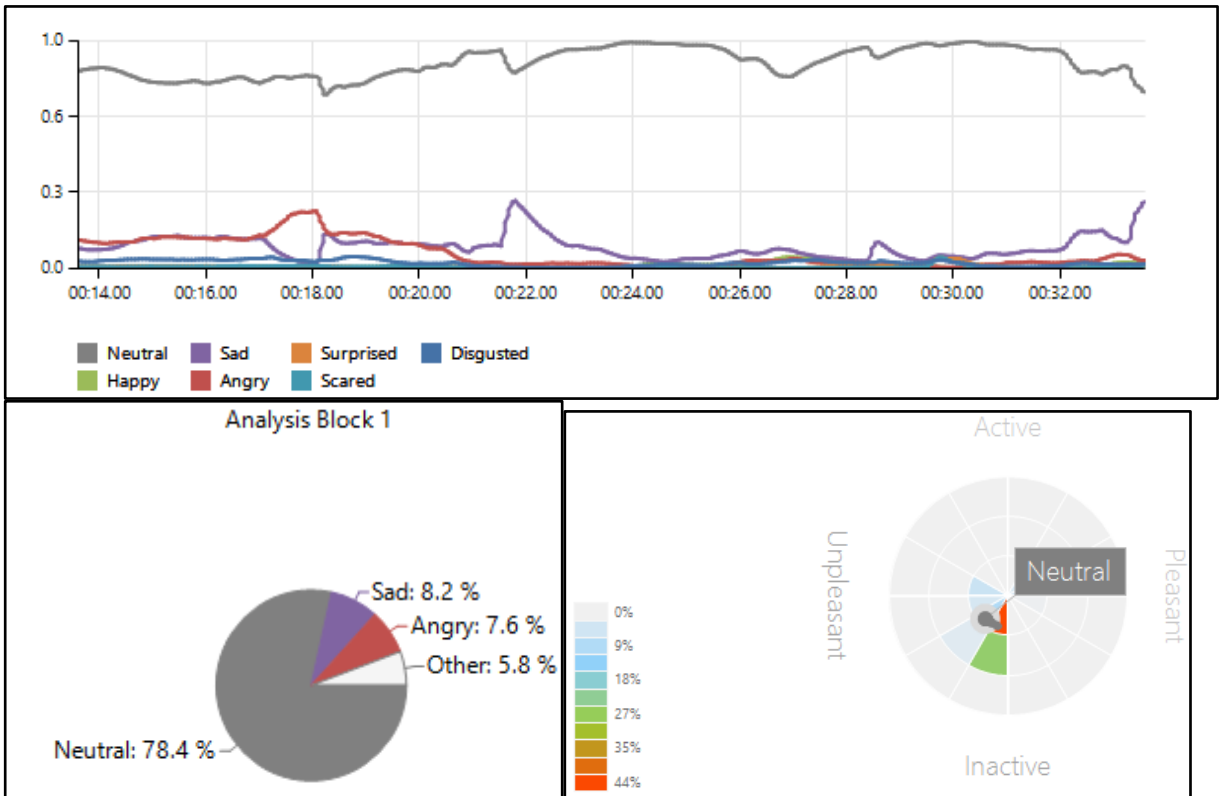
Partecipante 14 - Simone Tebet



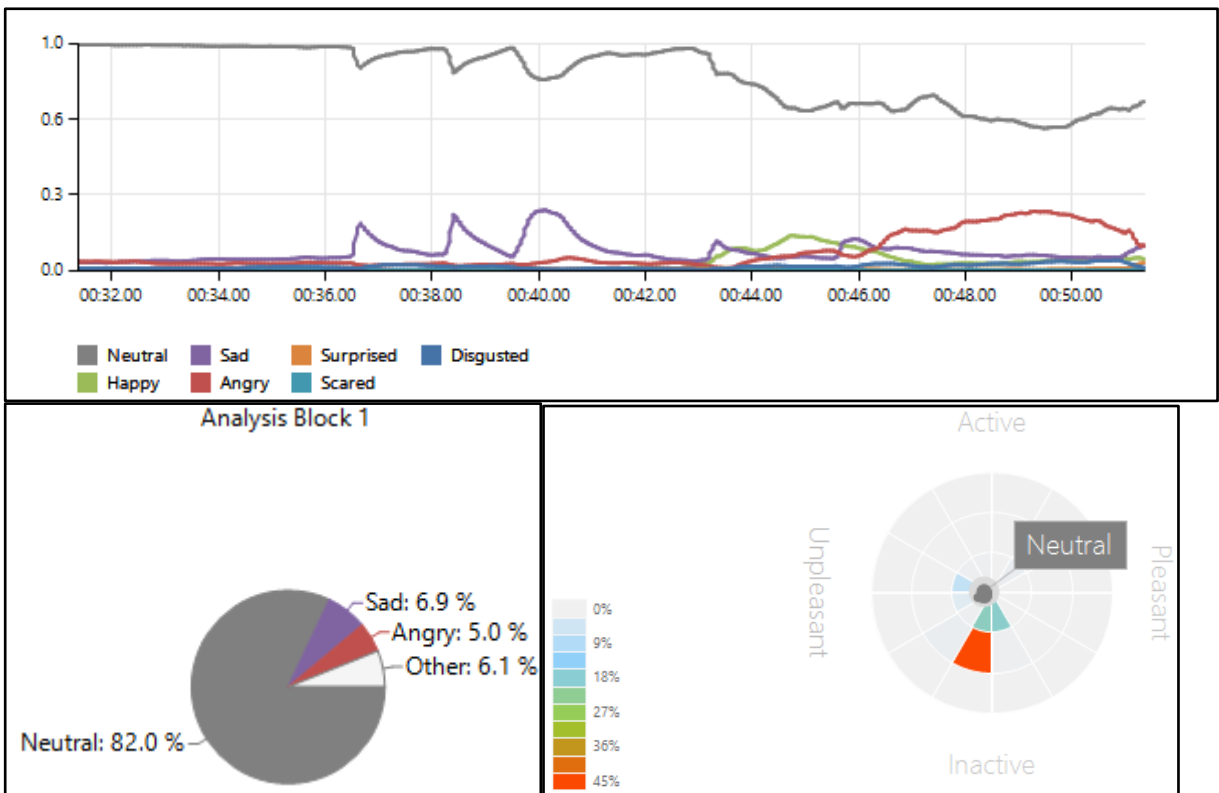
Partecipante 15 - Video 1



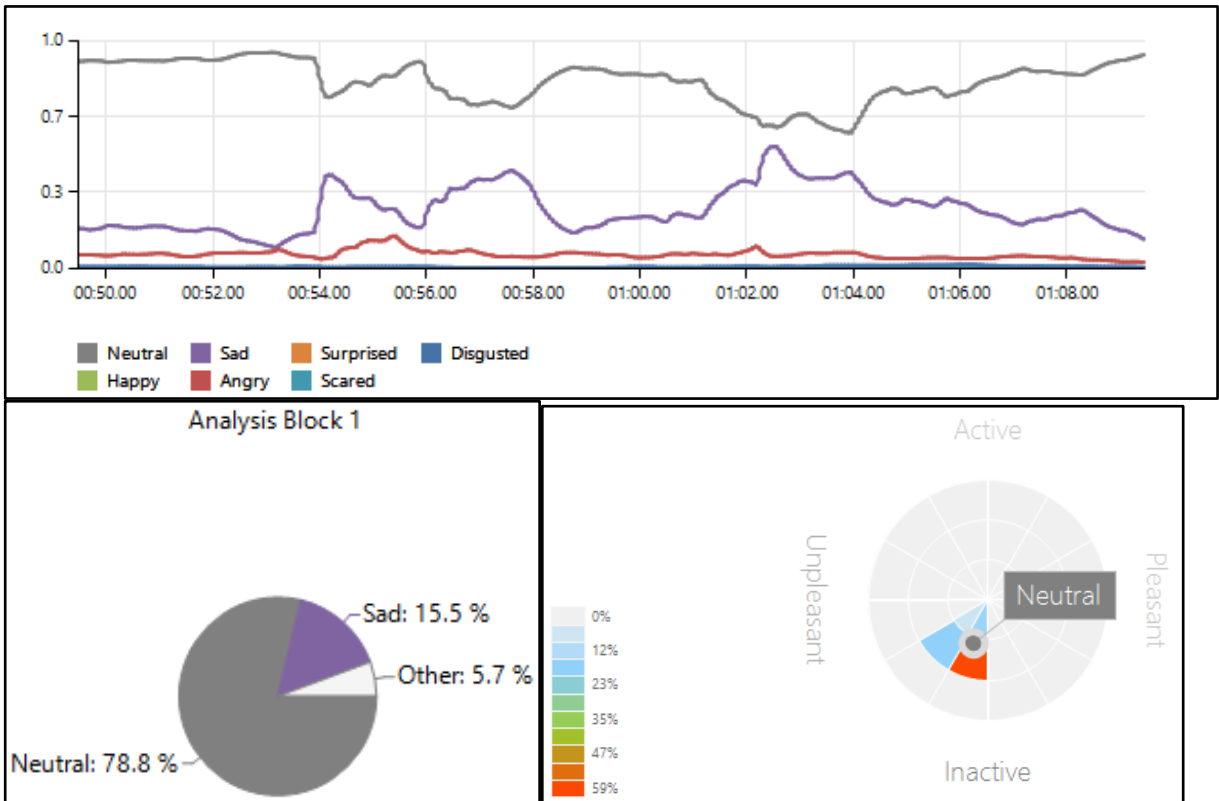
Participante 15 - Vídeo 2



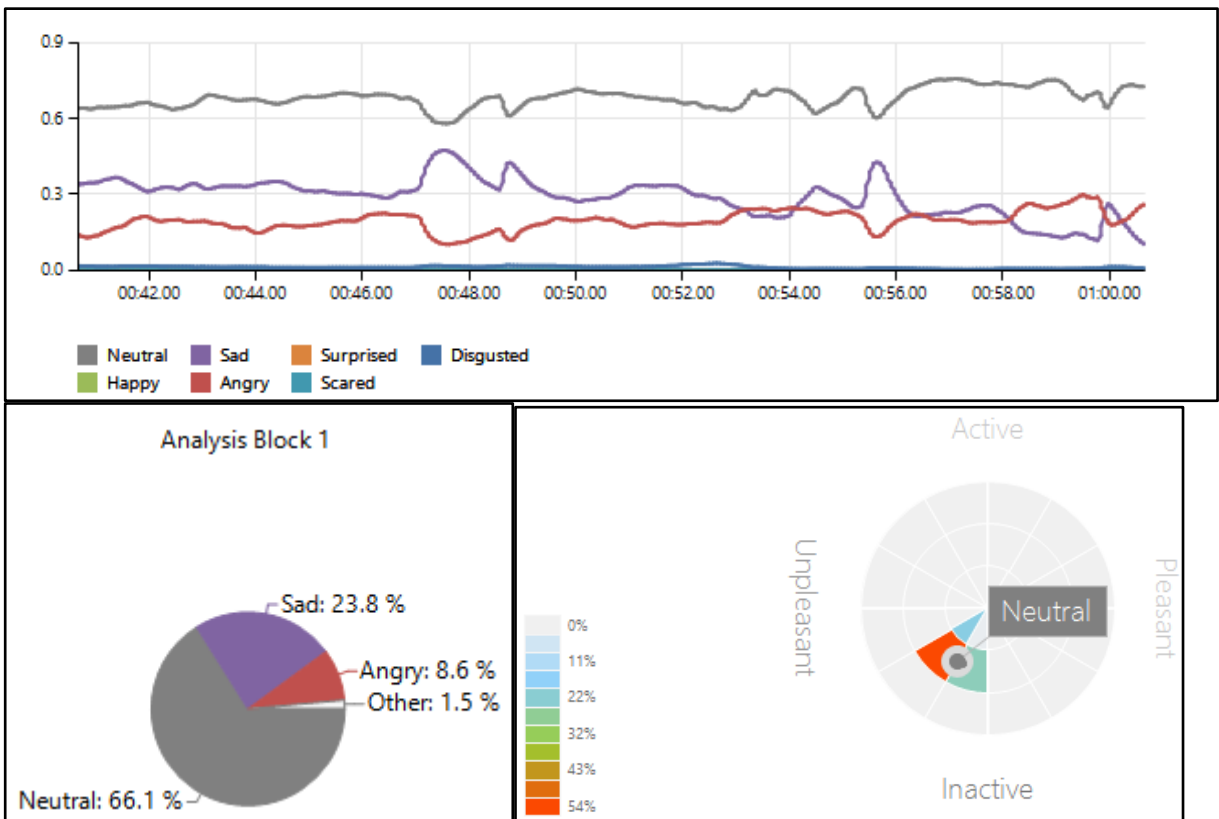
Participante 15 - Vídeo 3



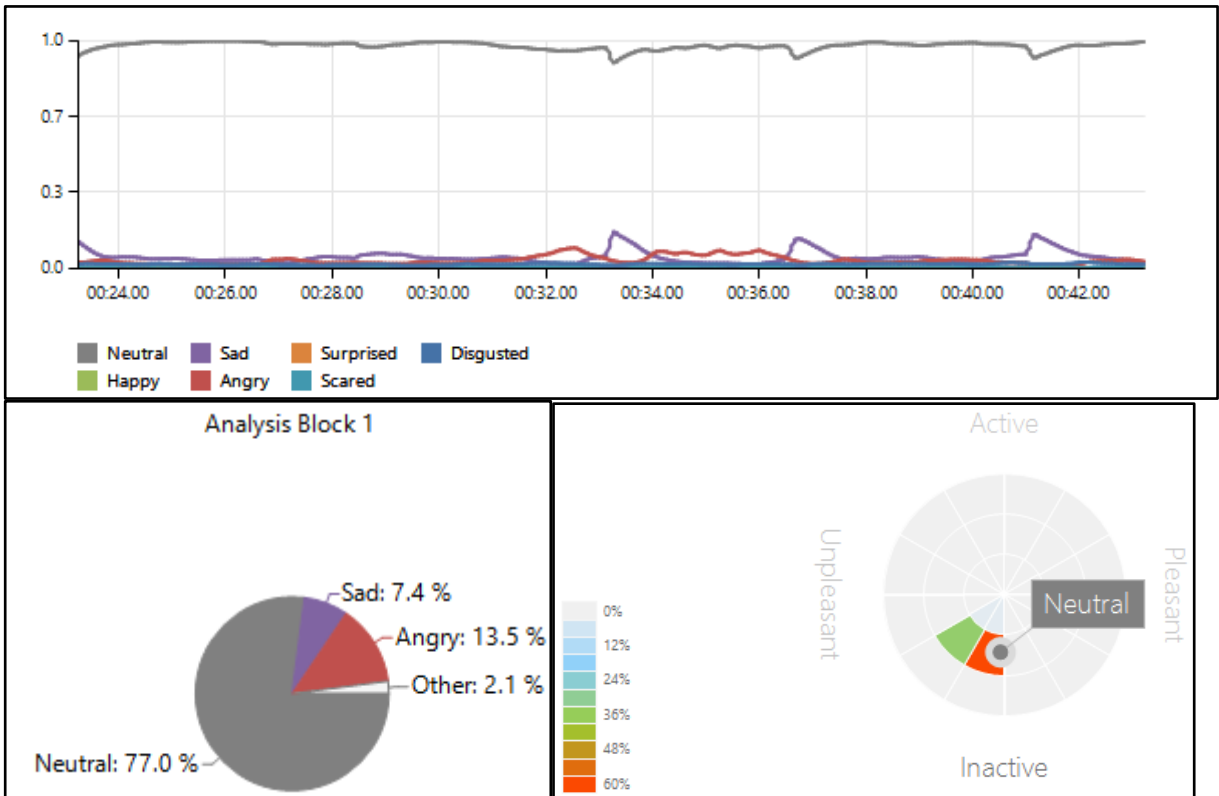
Participante 15 - Lula



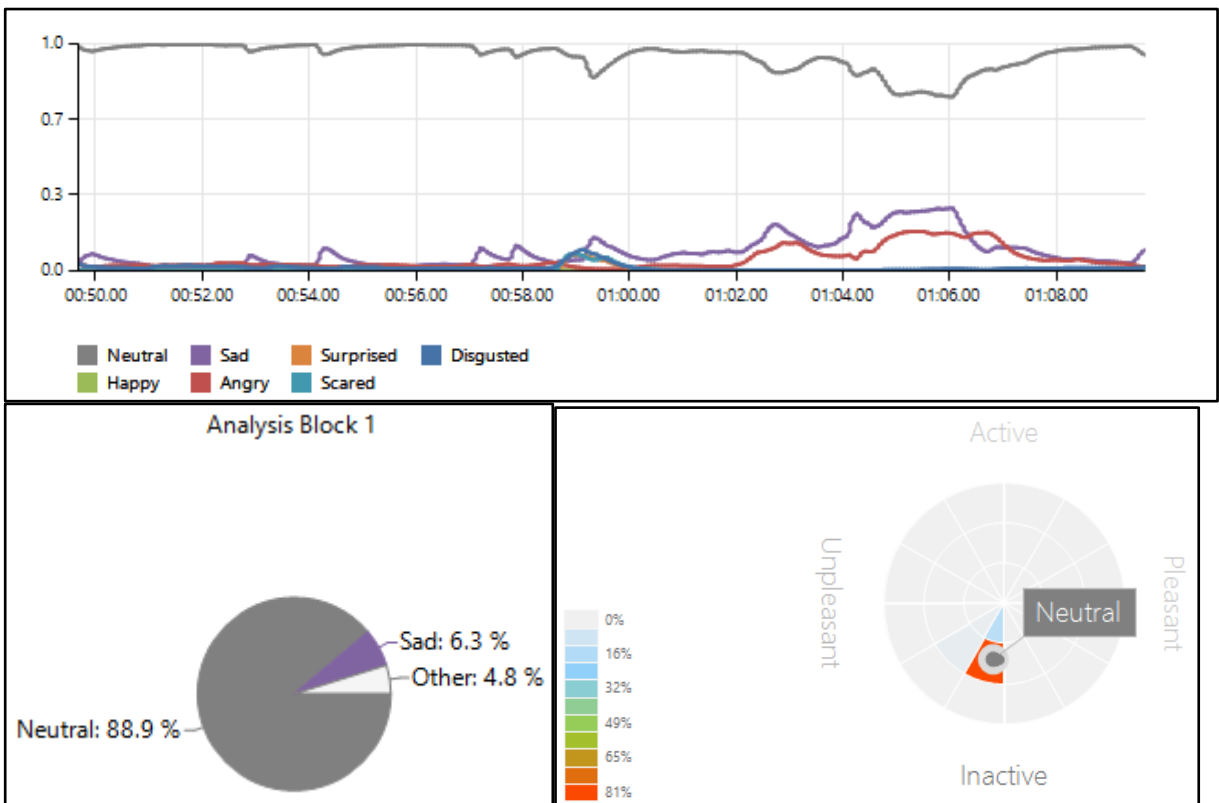
Participante 15 - Bolsonaro



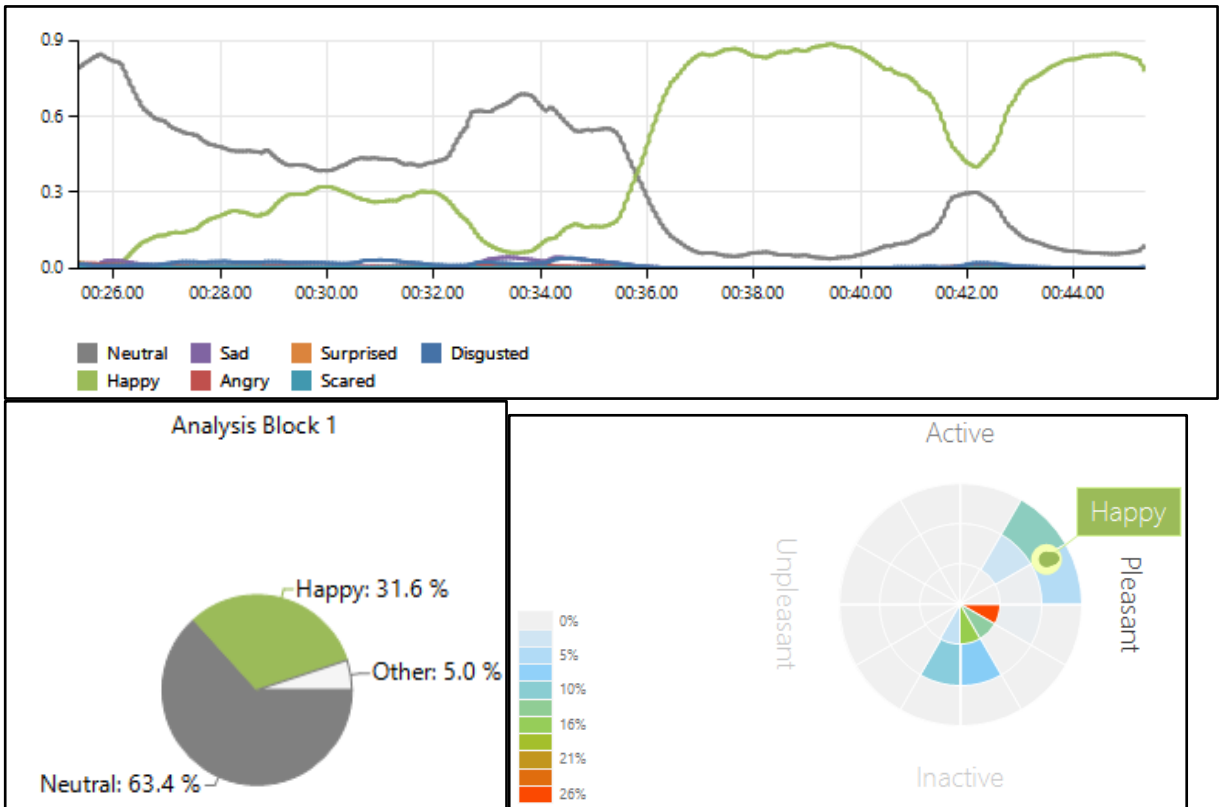
Participante 15 - Ciro Gomes



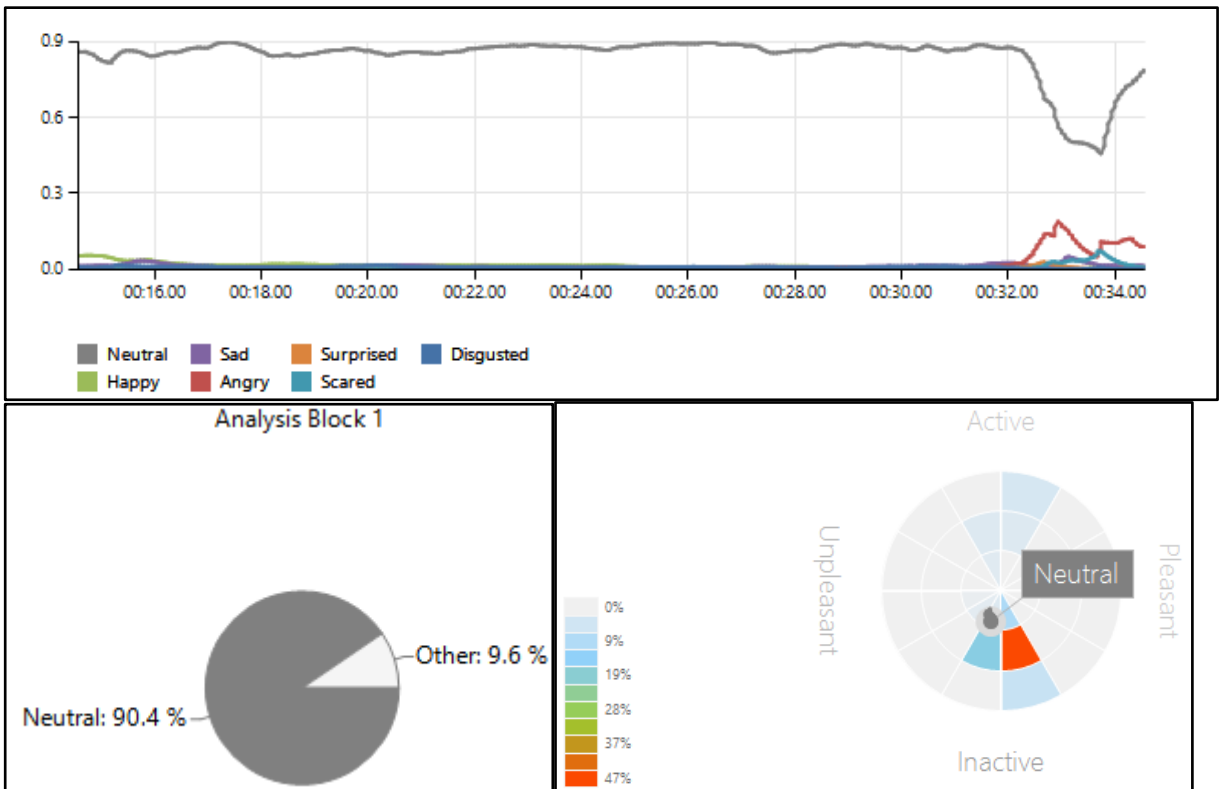
Participante 15 - Simone Tebet



Participante 16 - Vídeo 1

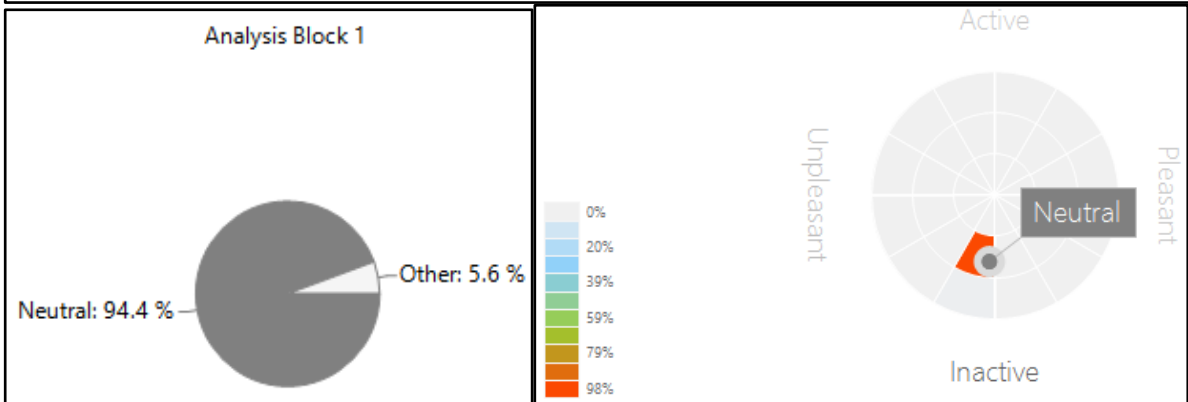
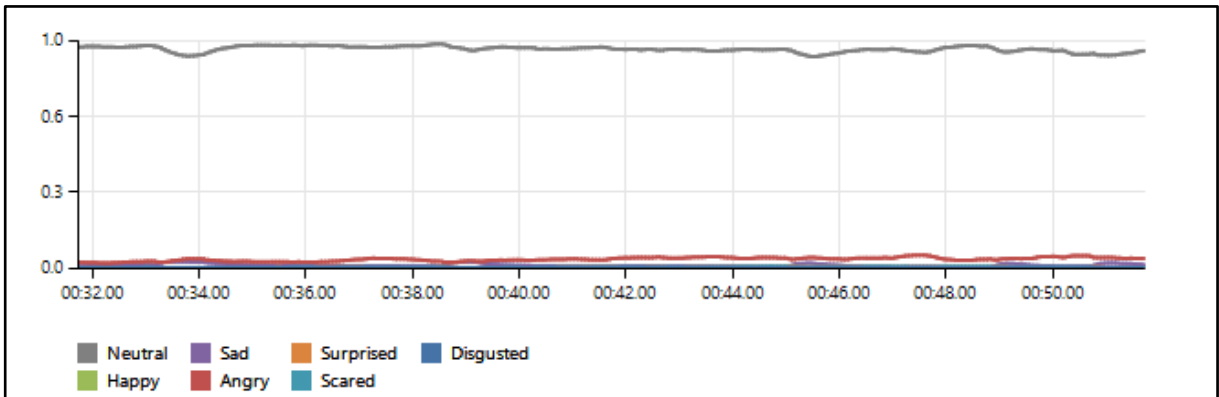


Participante 16 - Vídeo 2

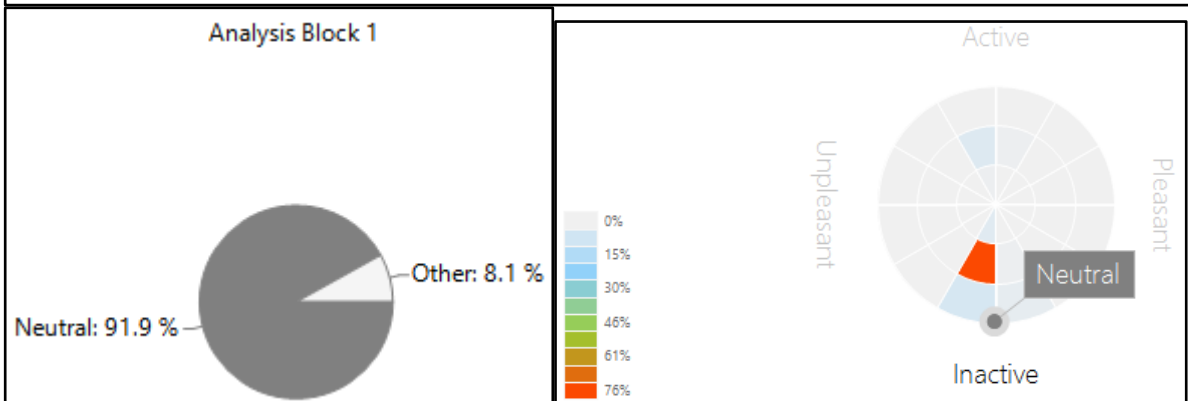
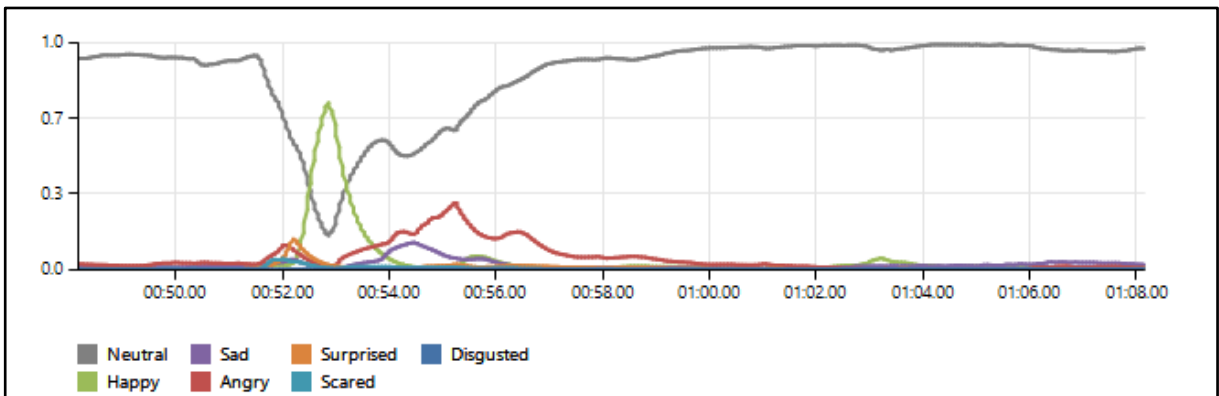




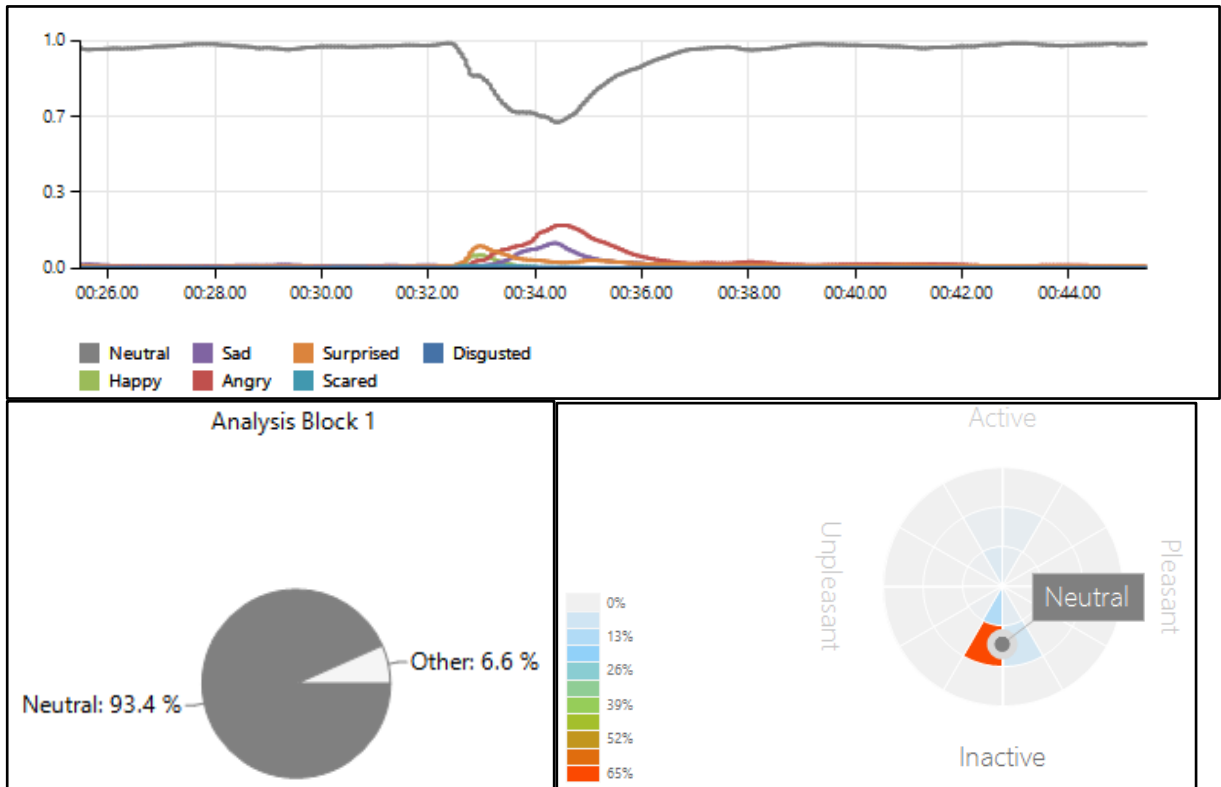
Participante 16 - Vídeo 3



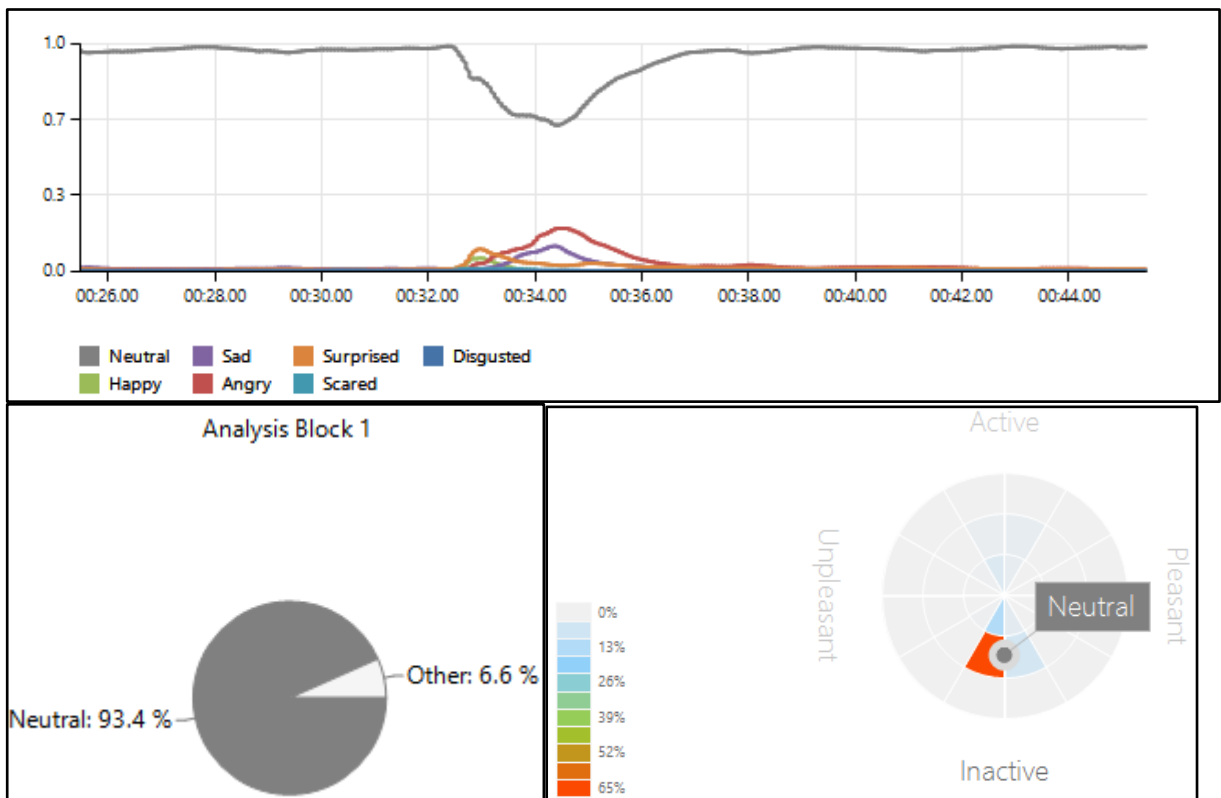
Participante 16 - Lula



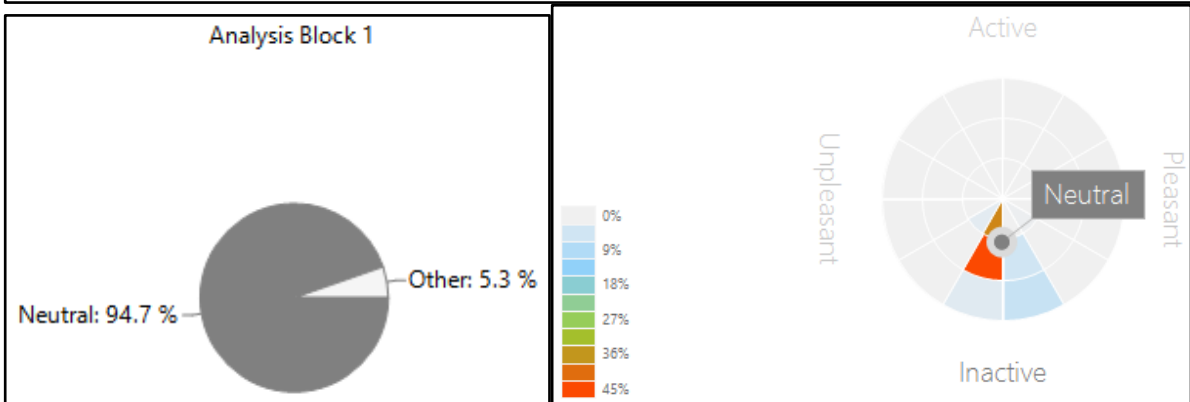
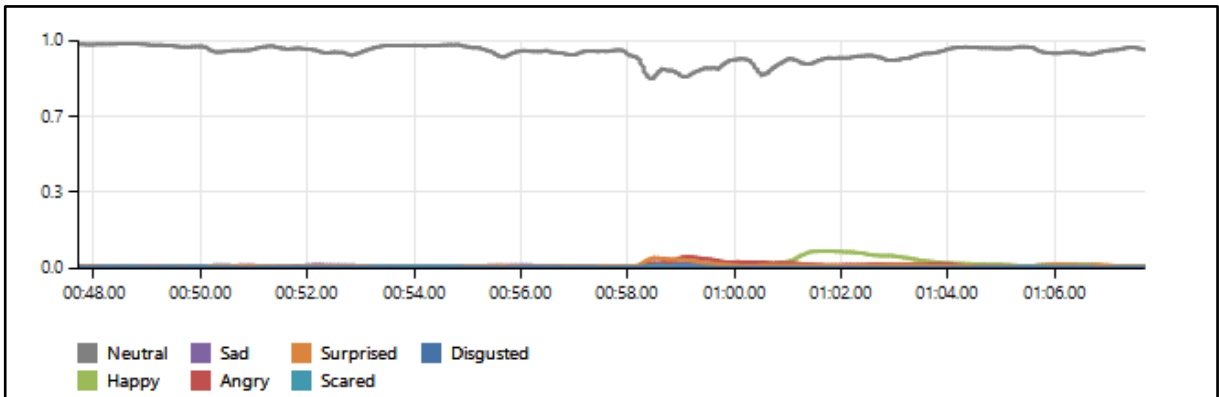
Participante 16 - Bolsonaro



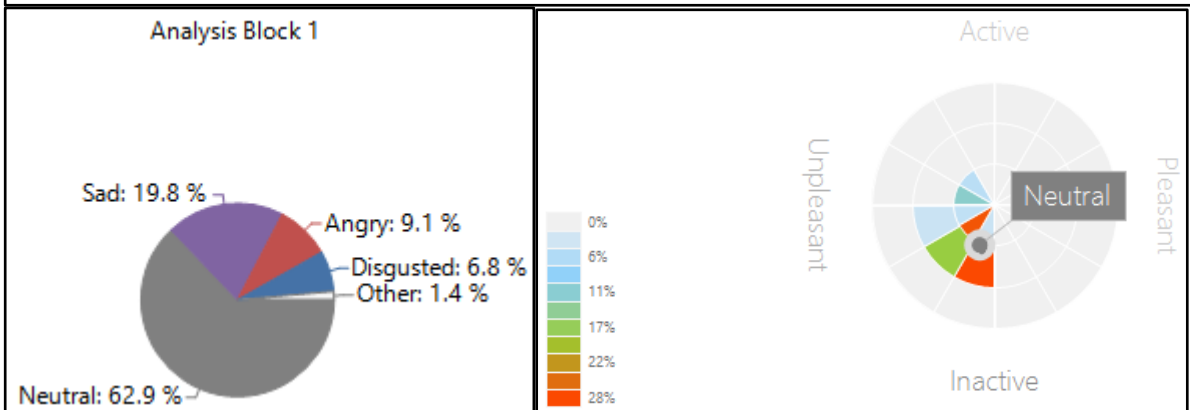
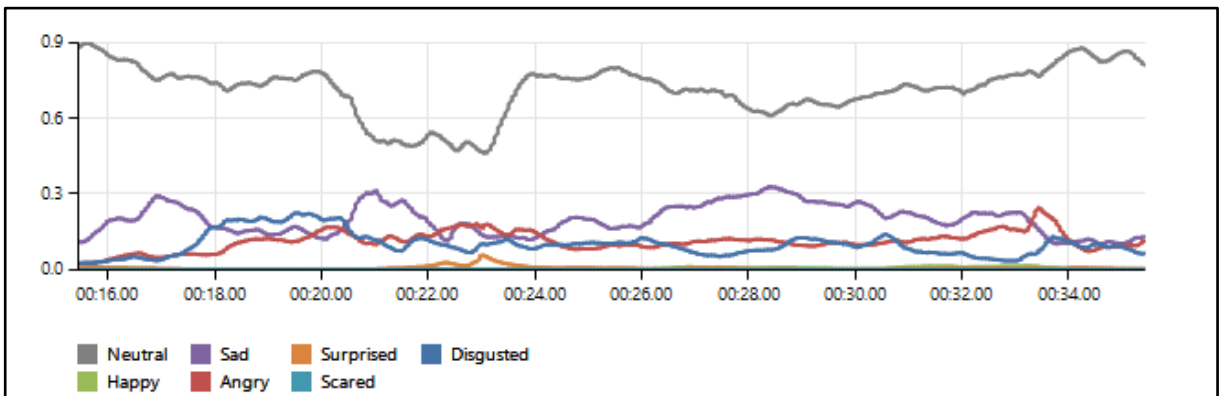
Participante 16 - Ciro Gomes



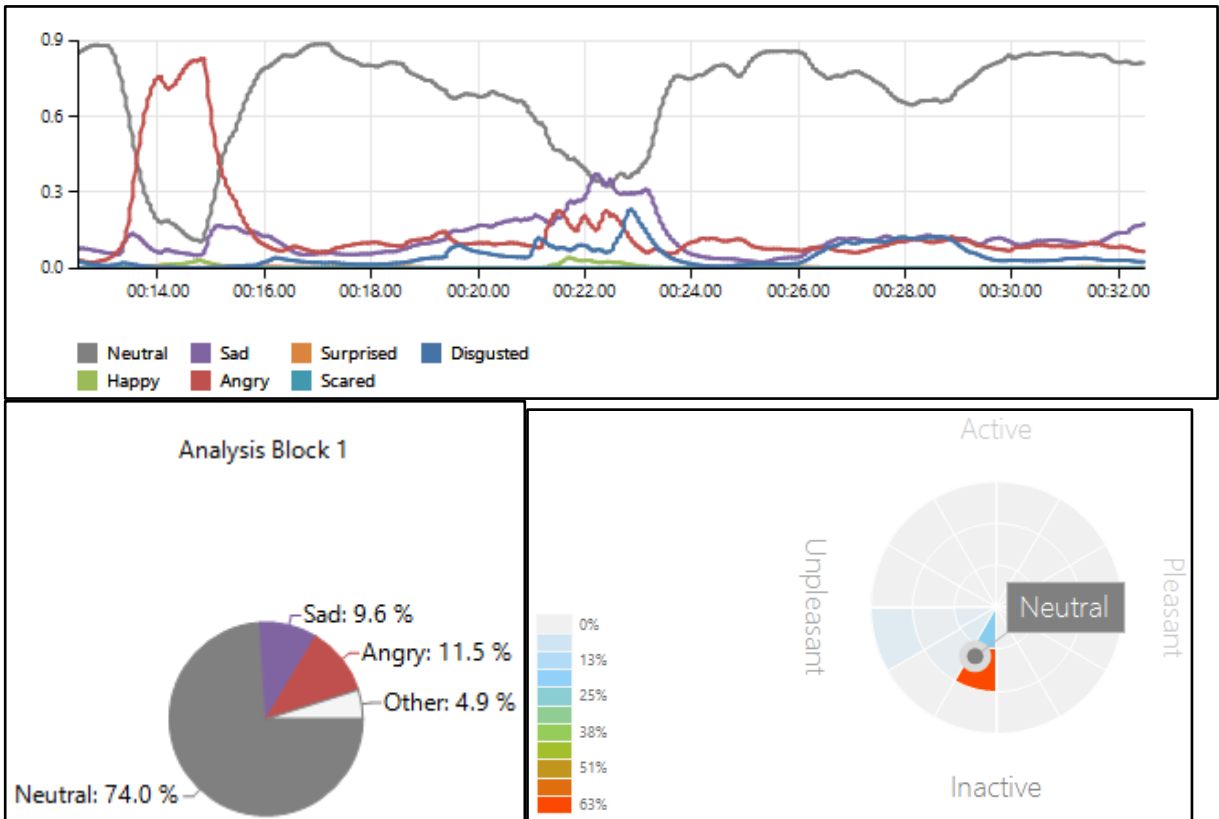
Partecipante 16 - Simone Tebet



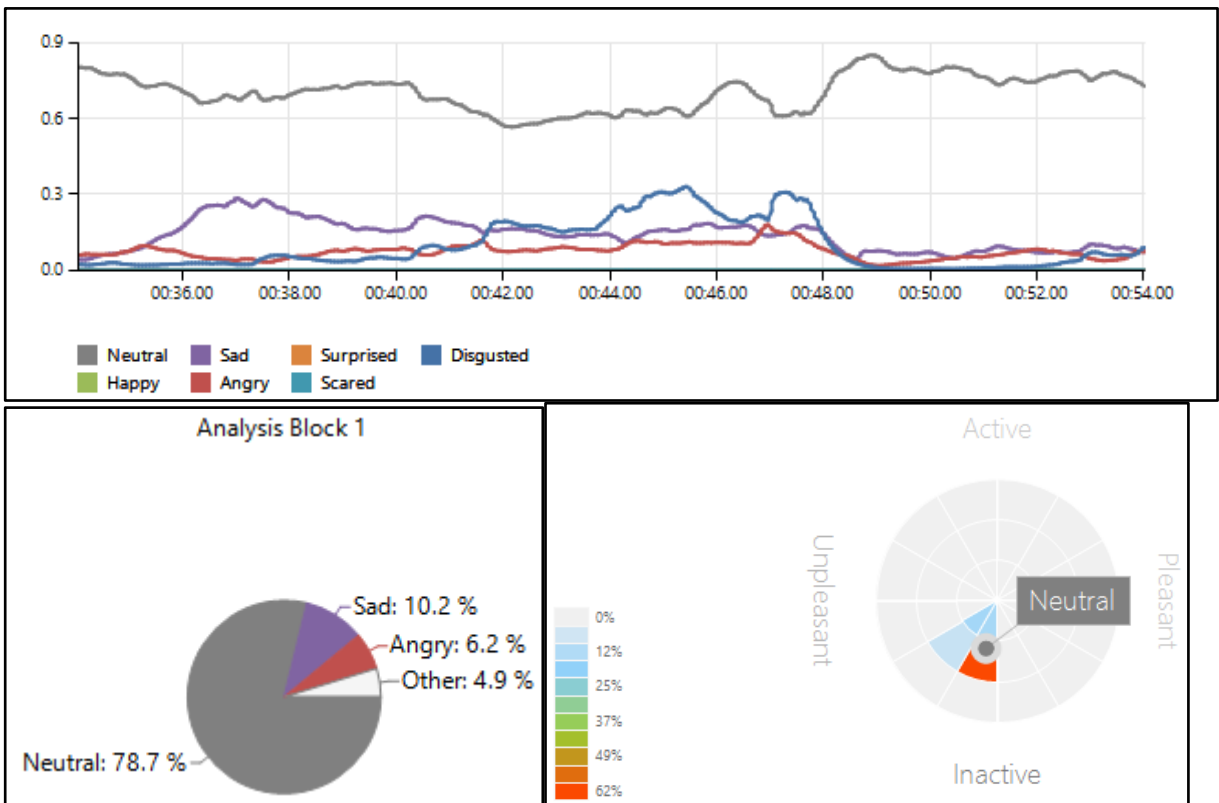
Partecipante 17 - Vídeo 1



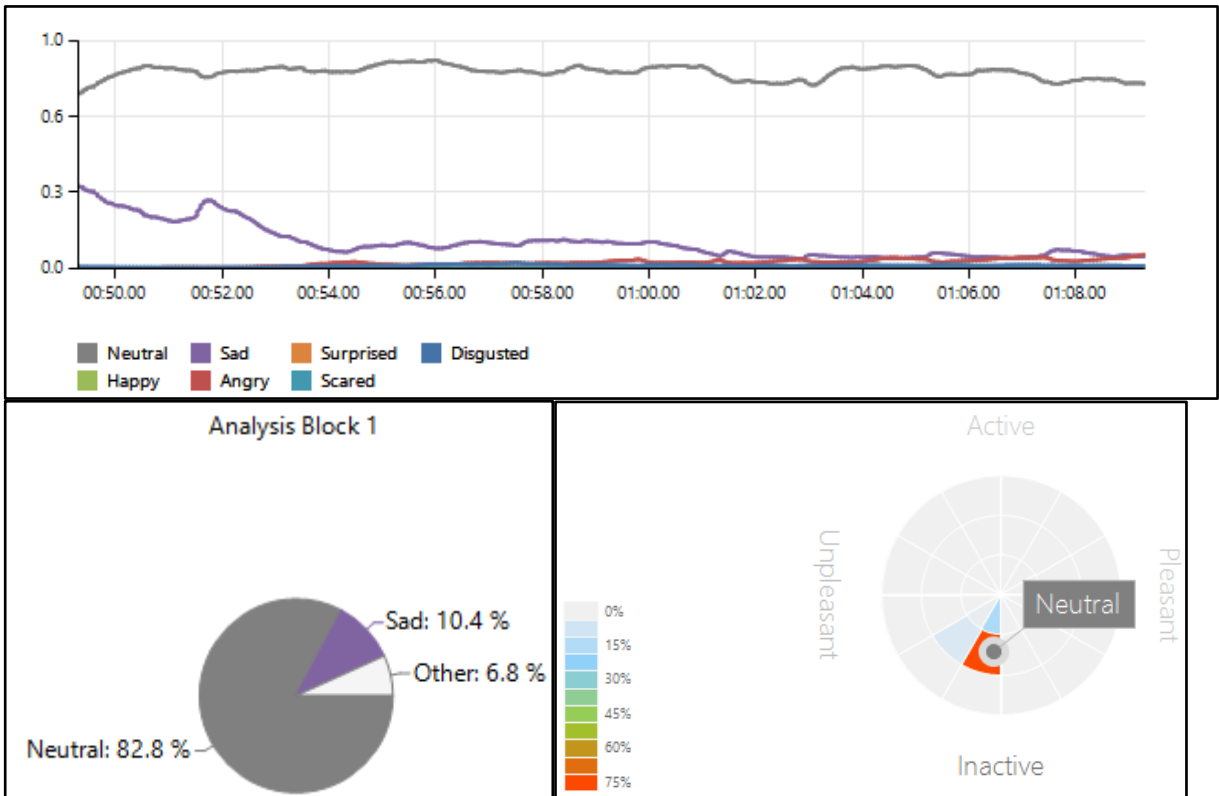
Participante 17 - Vídeo 2



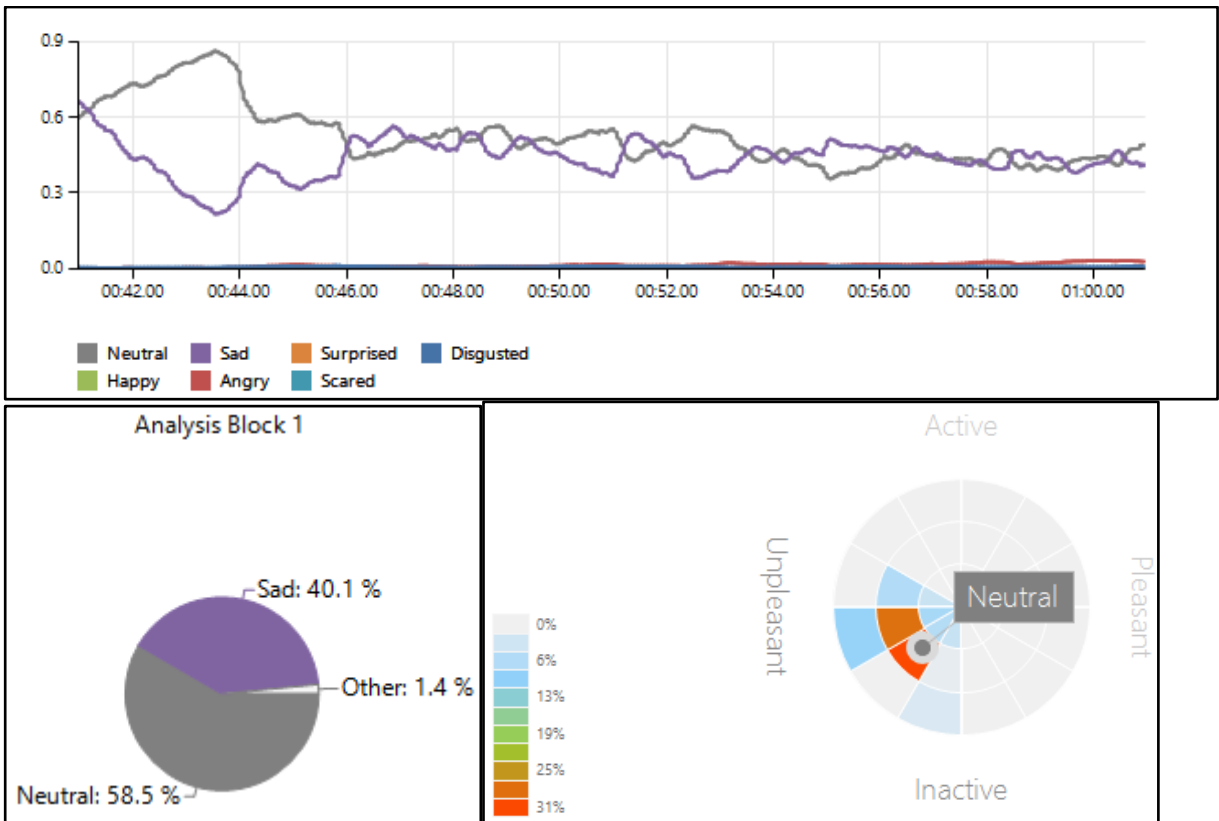
Participante 17 - Vídeo 3



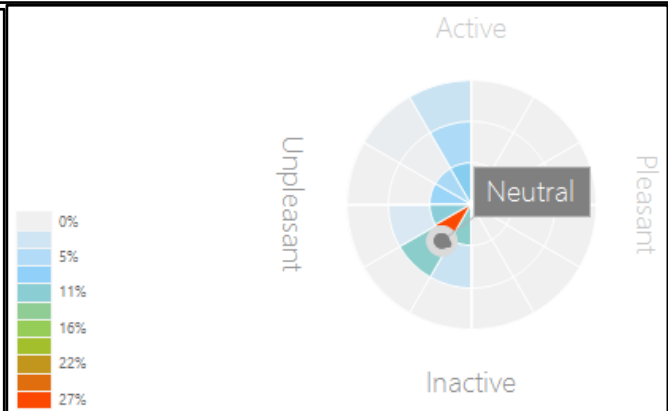
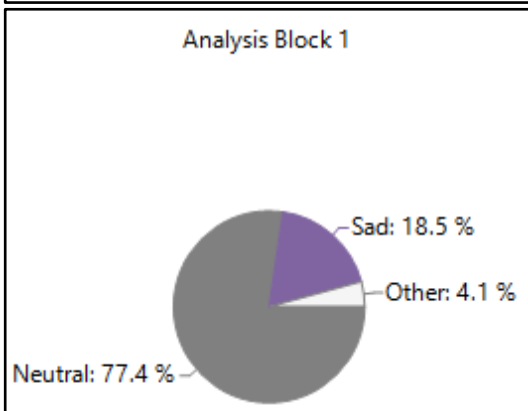
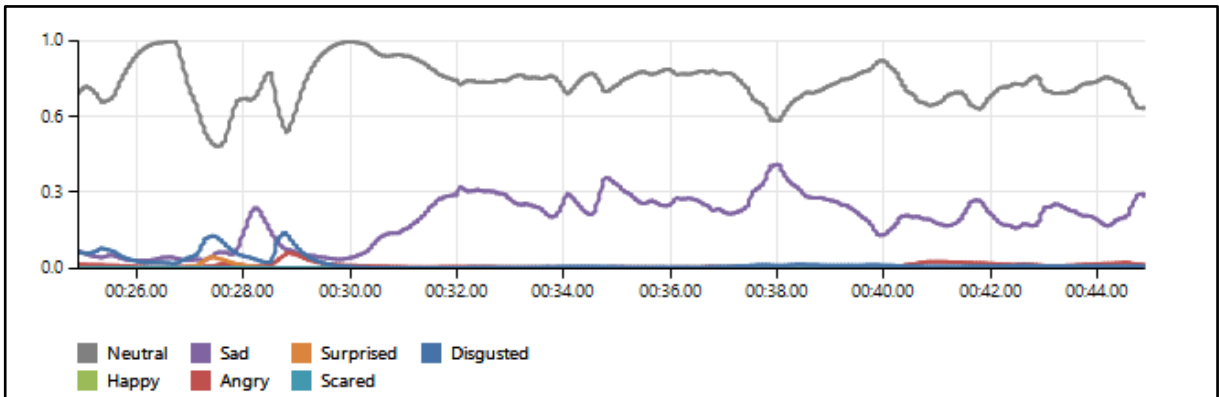
Participante 17 - Lula



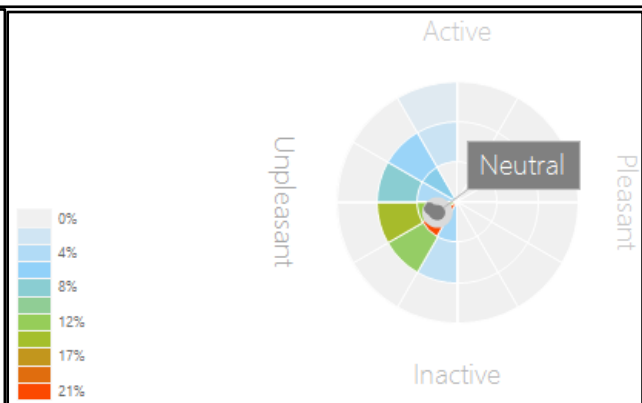
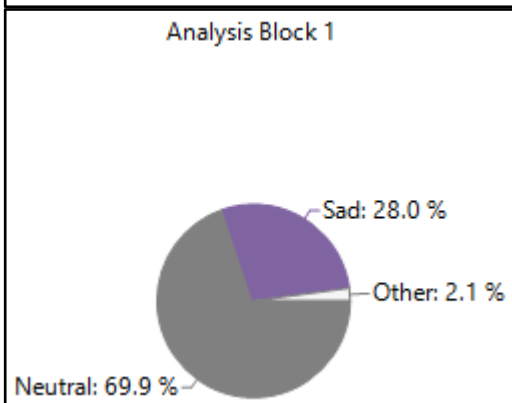
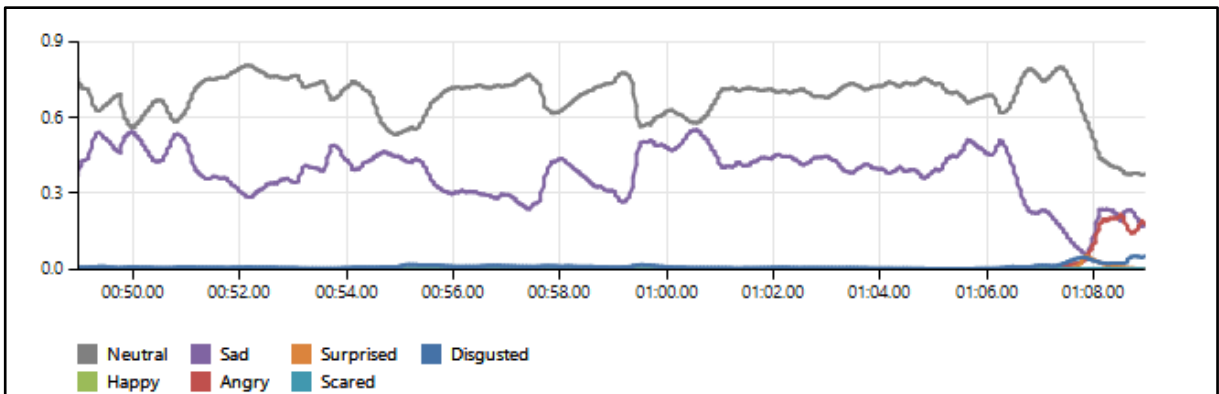
Participante 17 - Bolsonaro



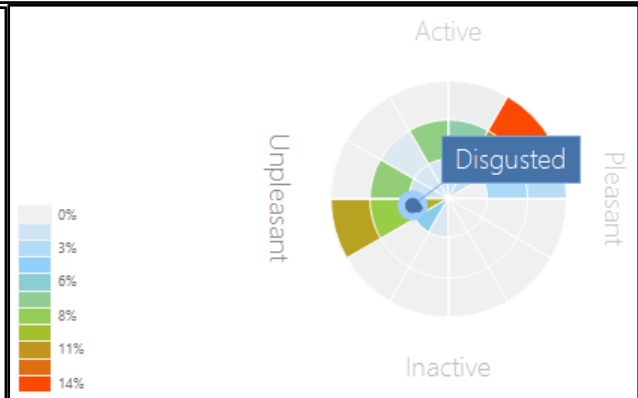
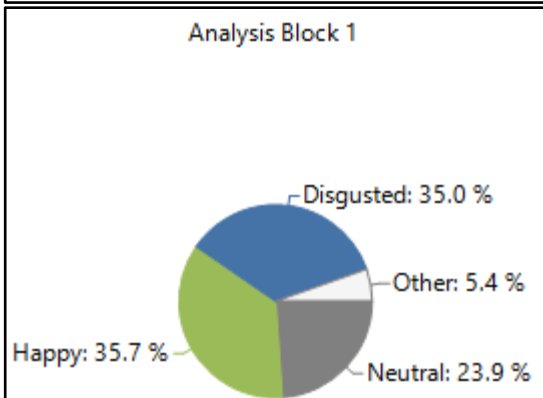
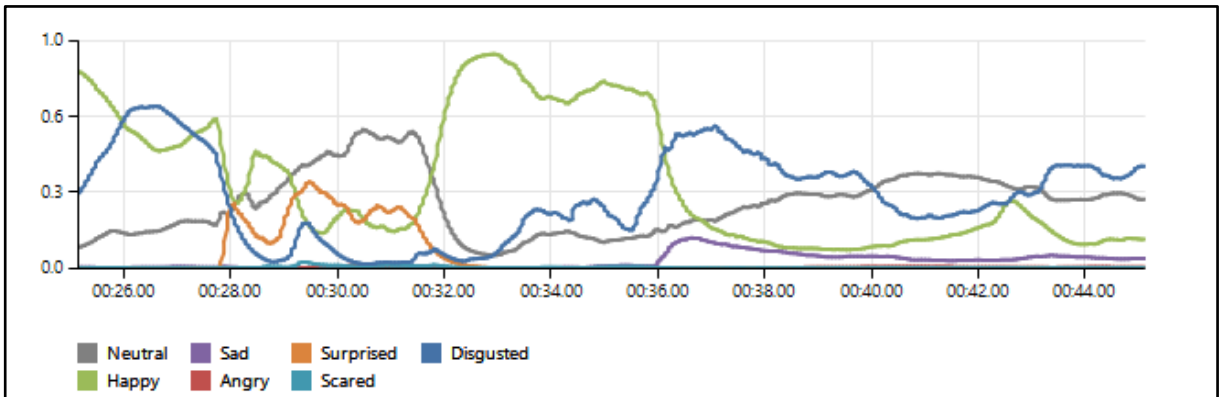
Participante 17 - Ciro Gomes



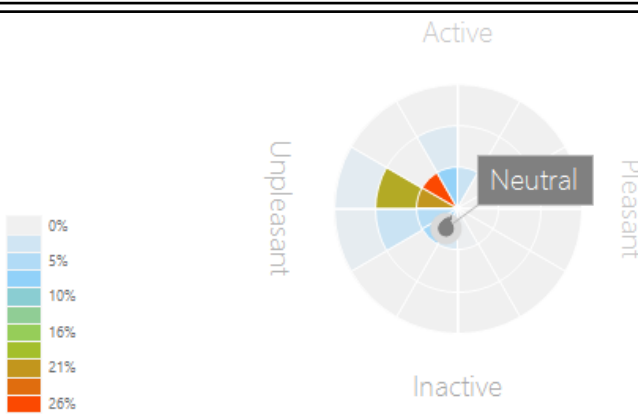
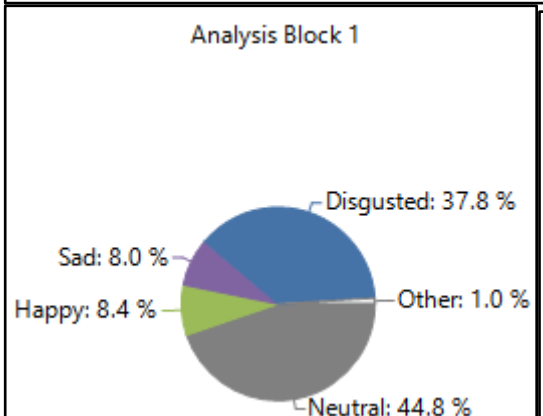
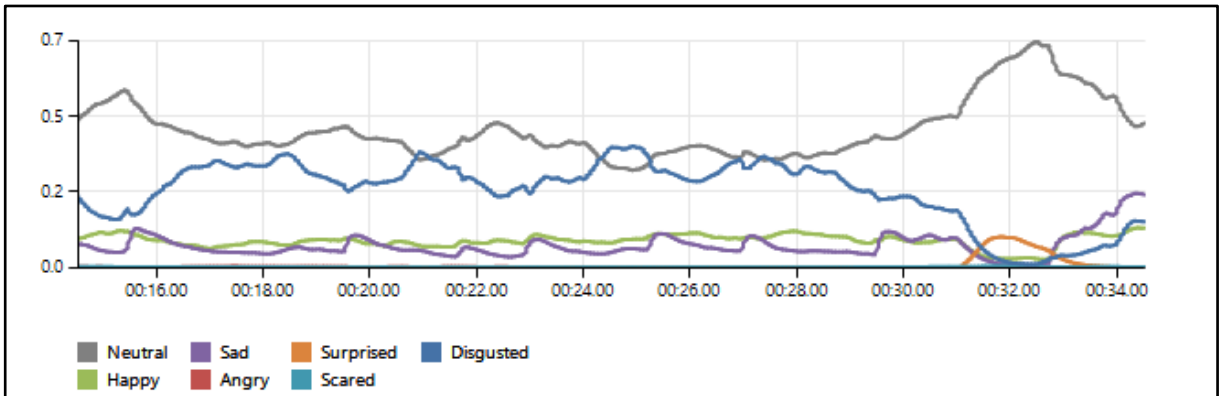
Participante 17 - Simone Tebet



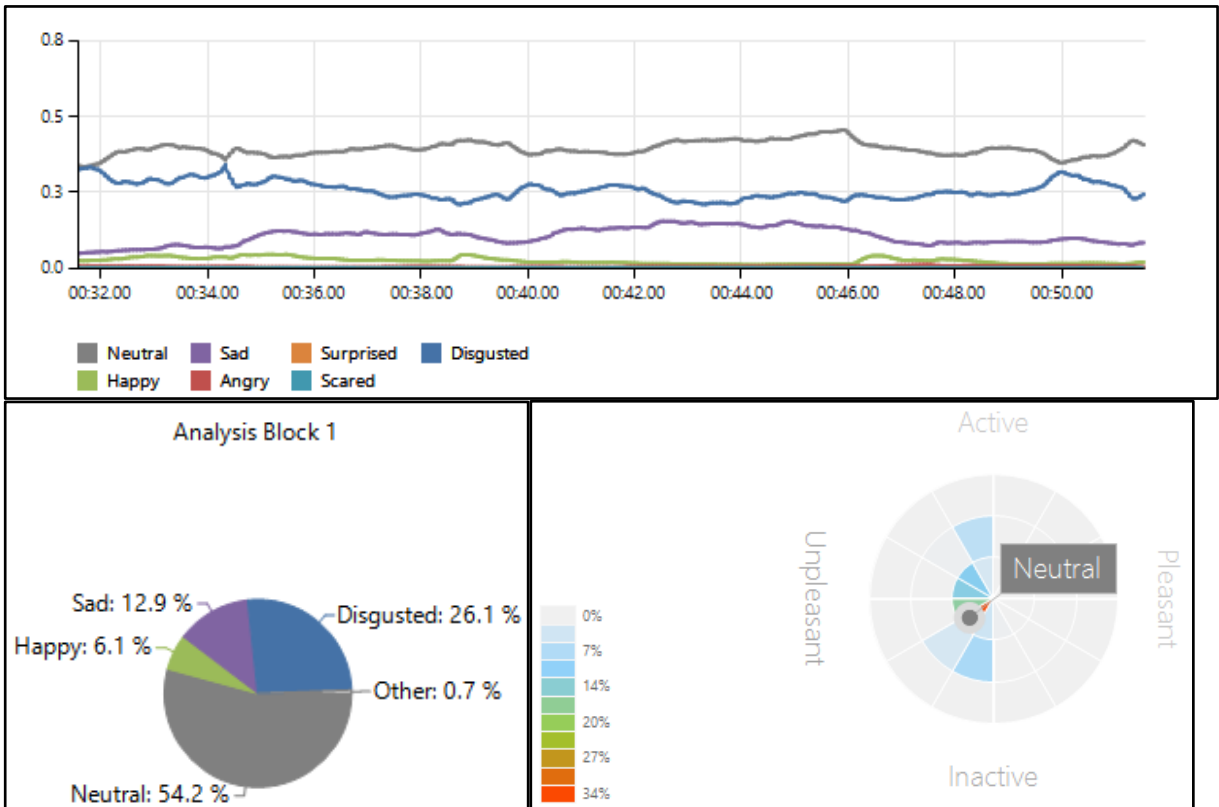
Participante 18 - Vídeo 1



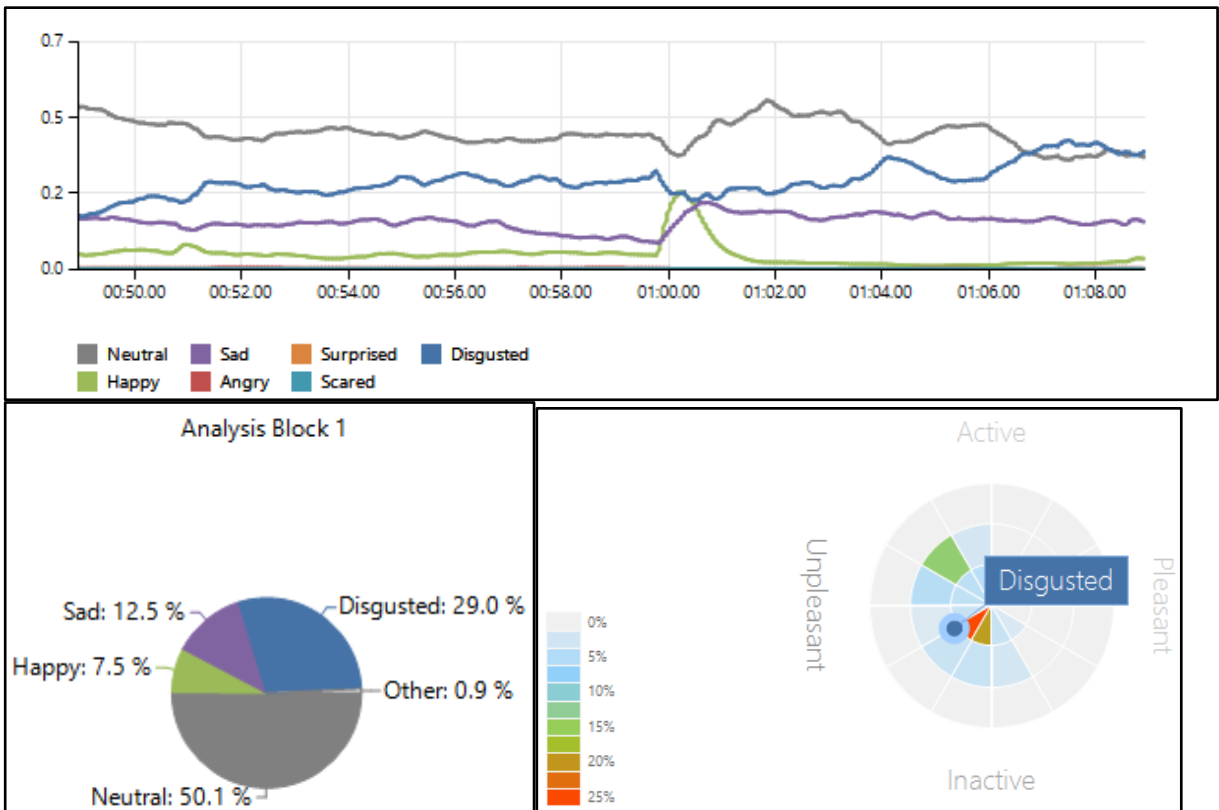
Participante 18 - Vídeo 2



Participante 18 - Vídeo 3

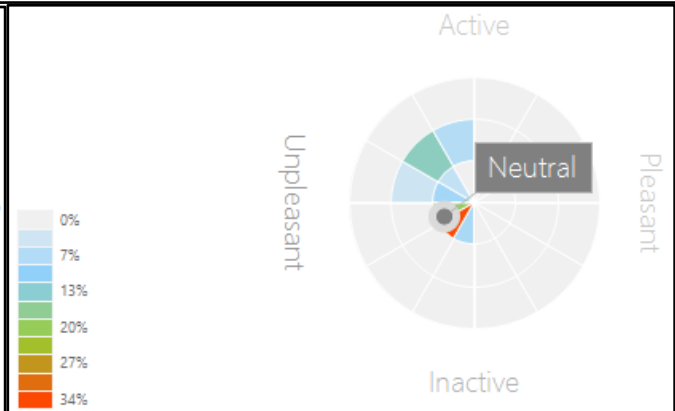
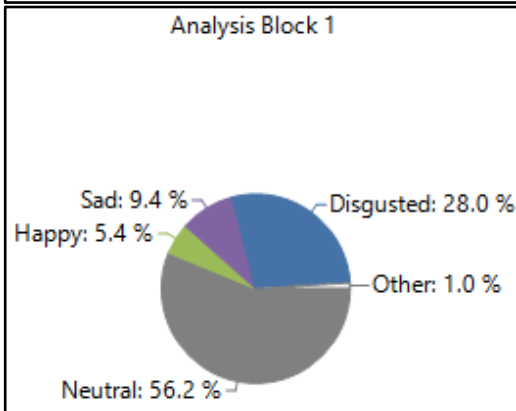
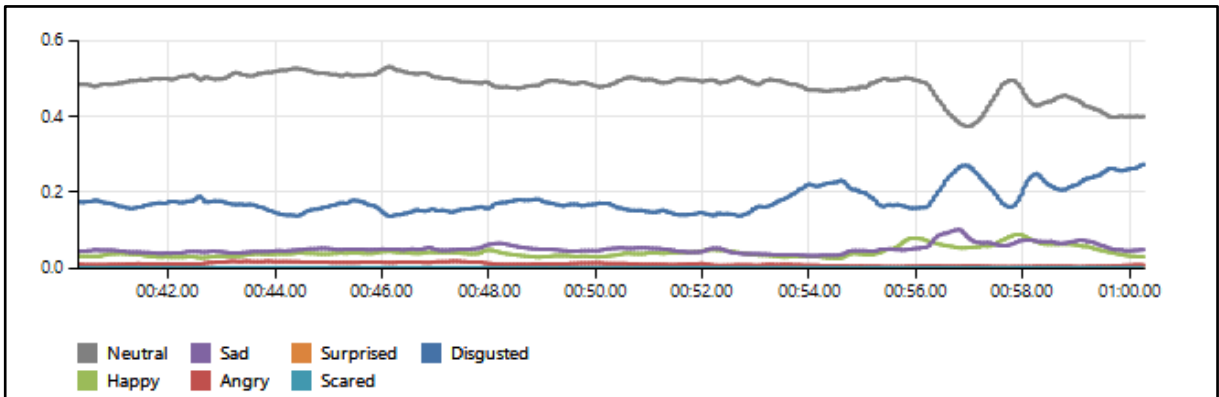


Participante 18 - Lula

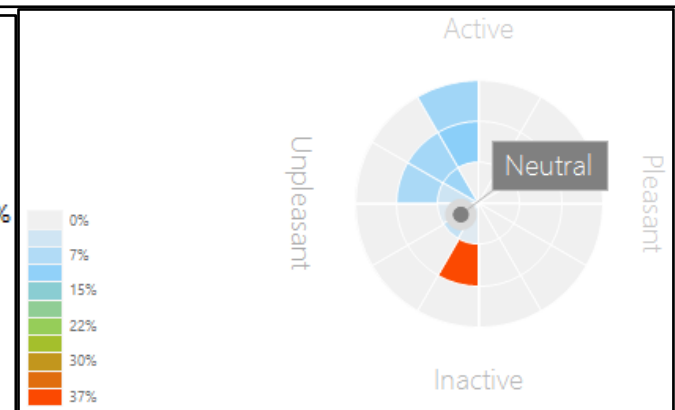
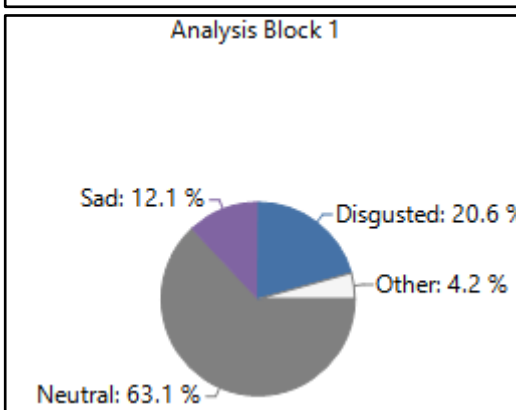
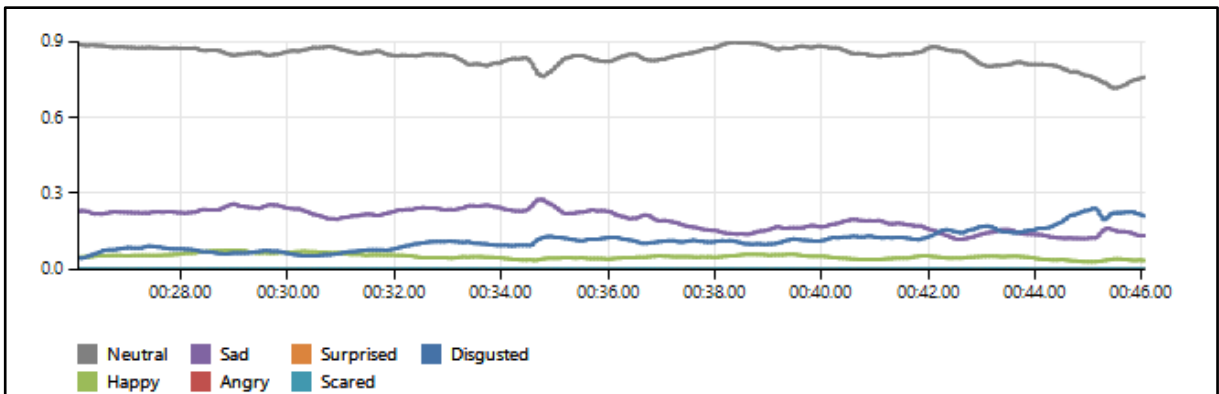




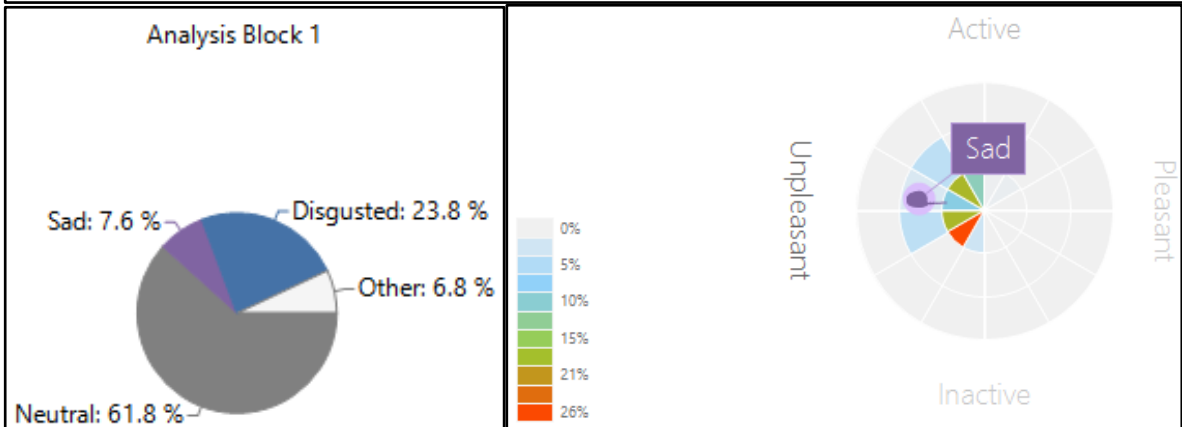
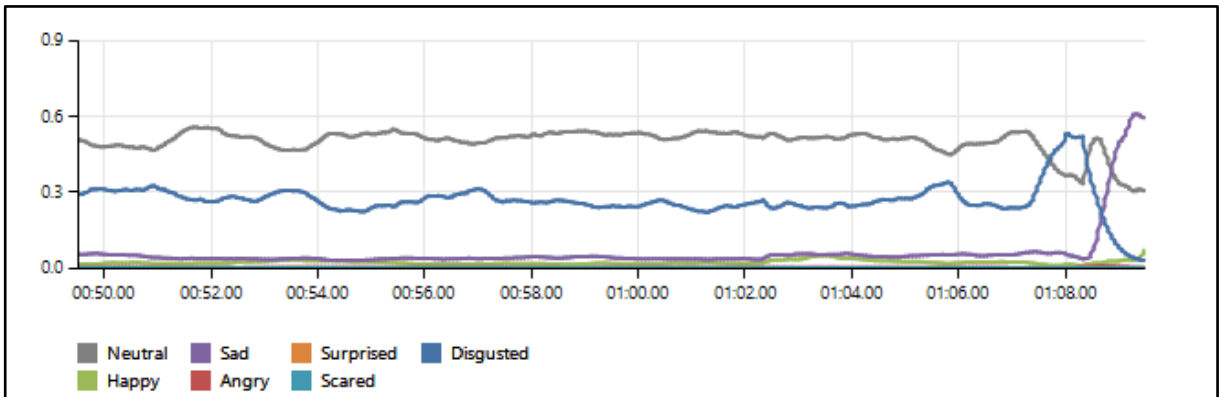
Partecipante 18 - Bolsonaro



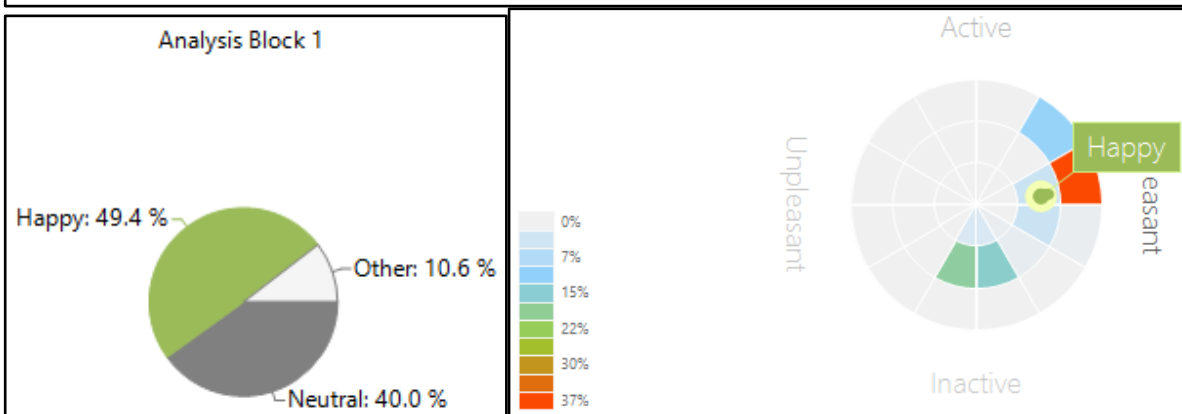
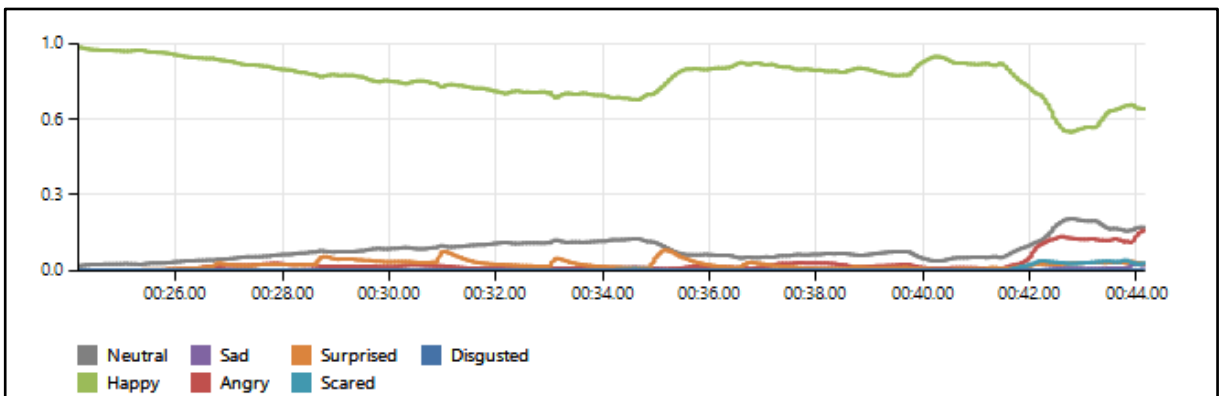
Partecipante 18 - Ciro Gomes



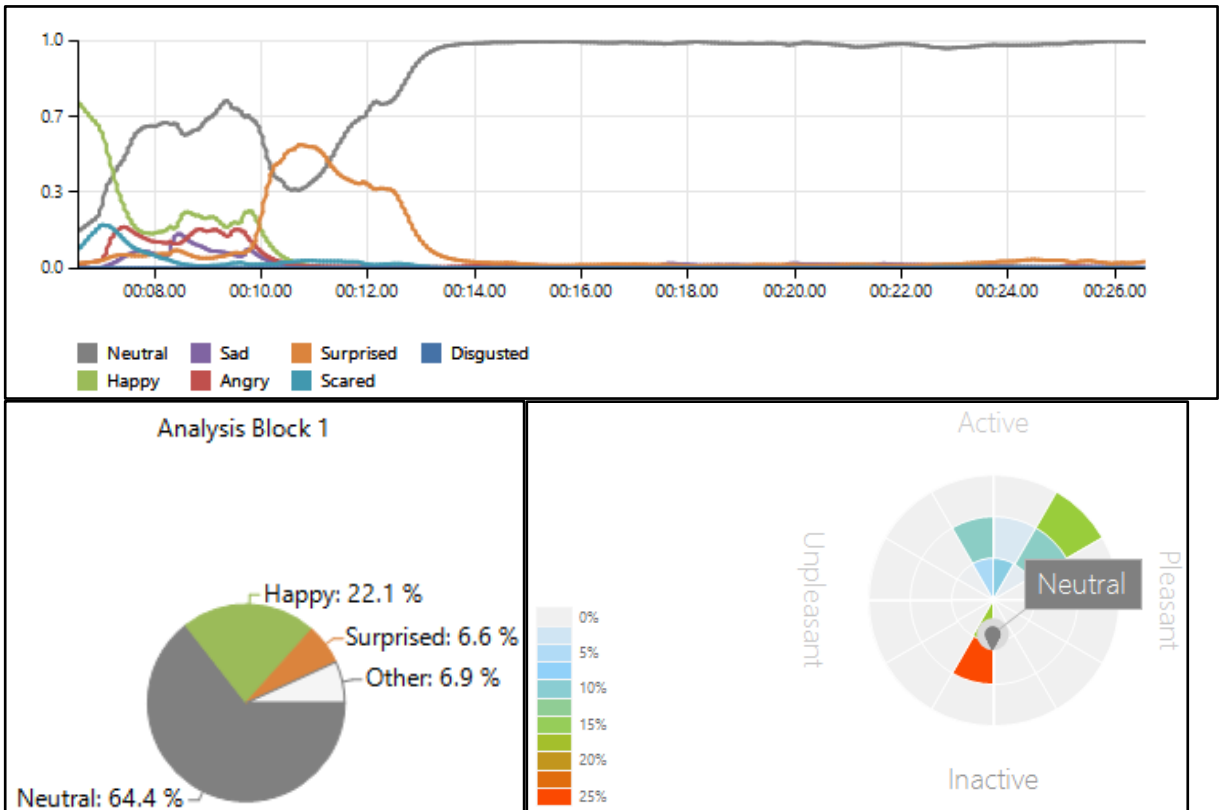
Partecipante 18 - Simone Tebet



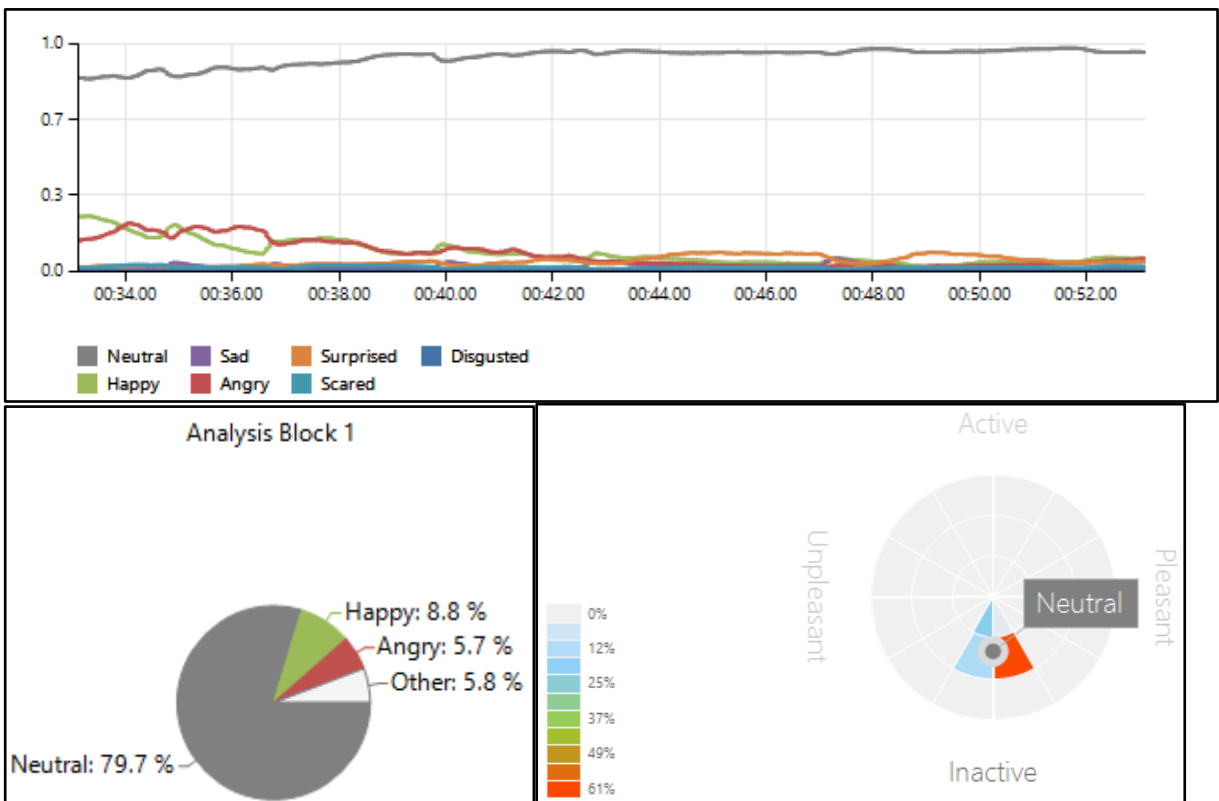
Partecipante 19 - Video 1



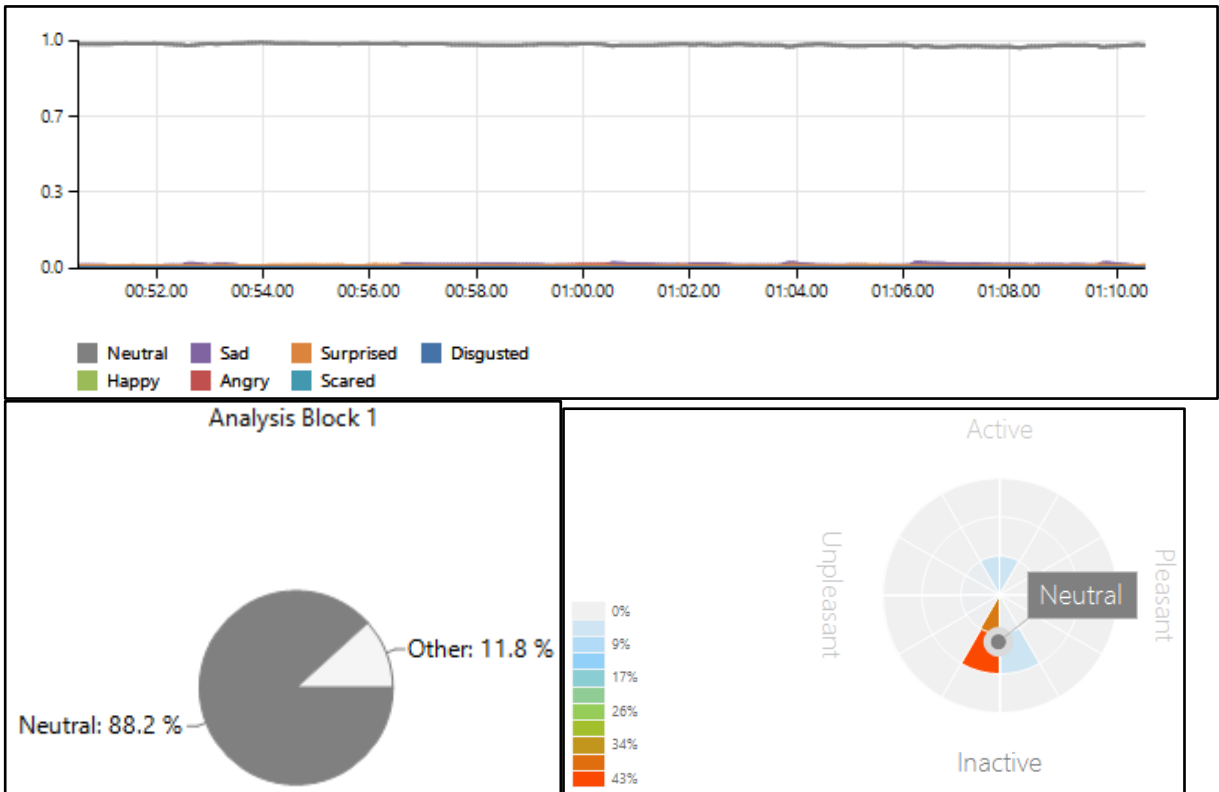
Participante 19 - Vídeo 2



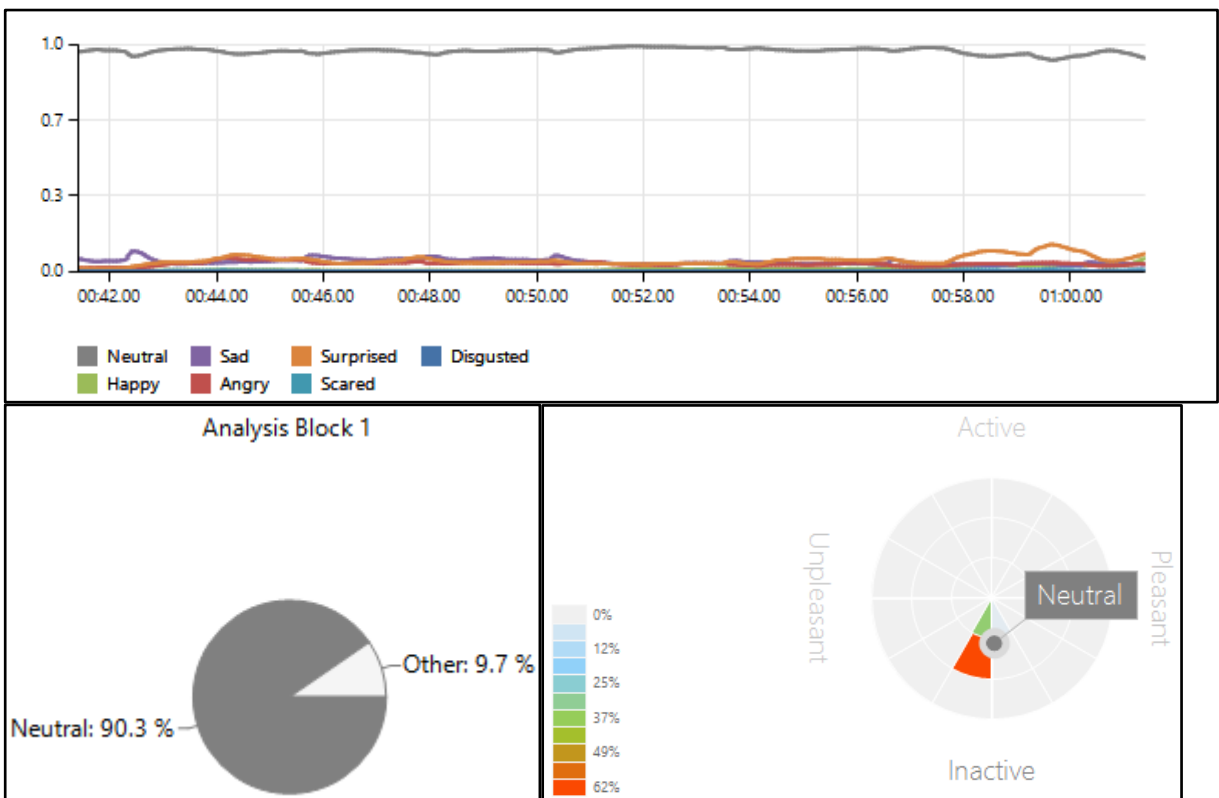
Participante 19 - Vídeo 3



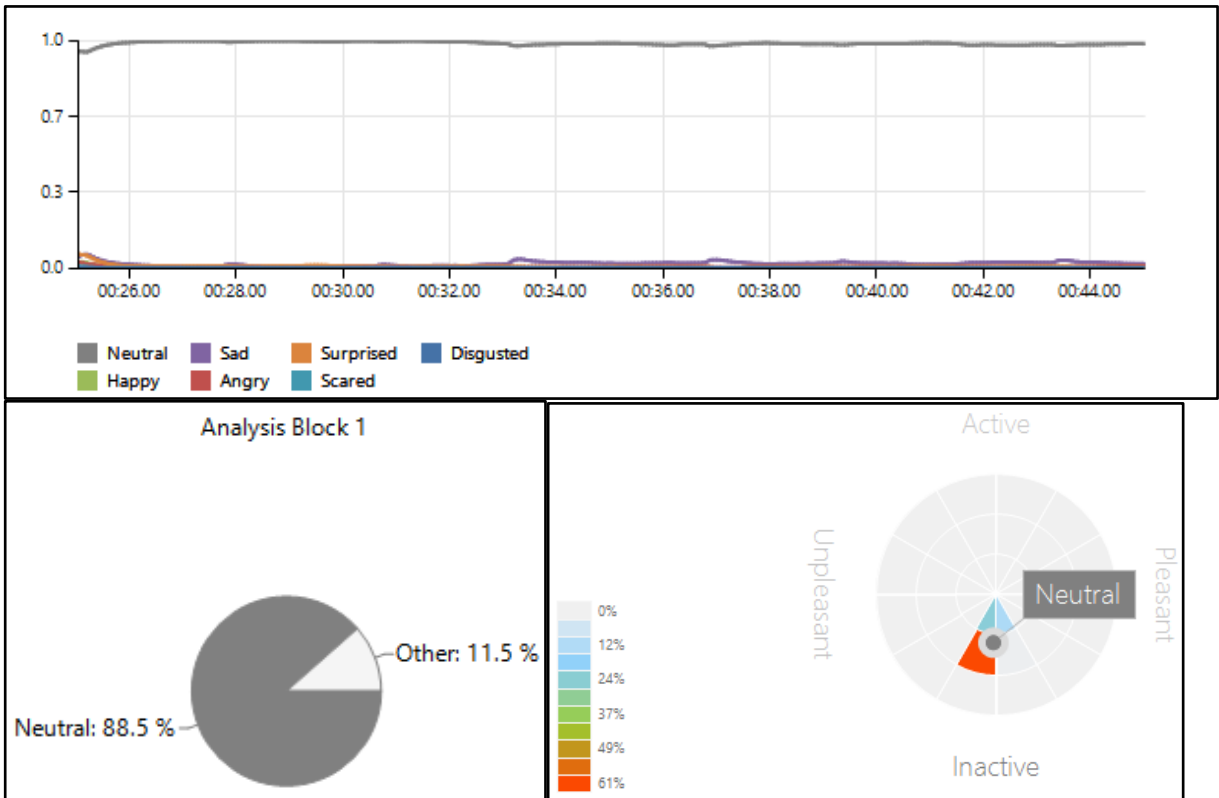
Participante 19 - Lula



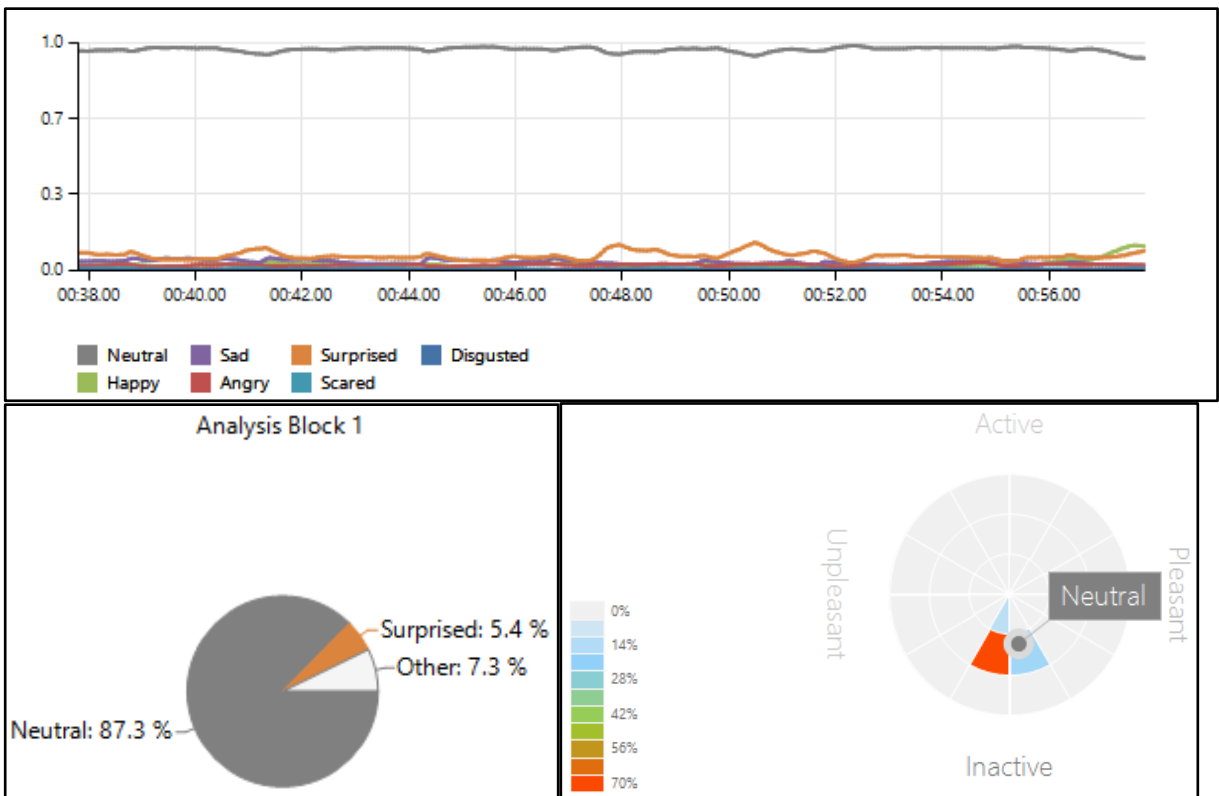
Participante 19 - Bolsonaro



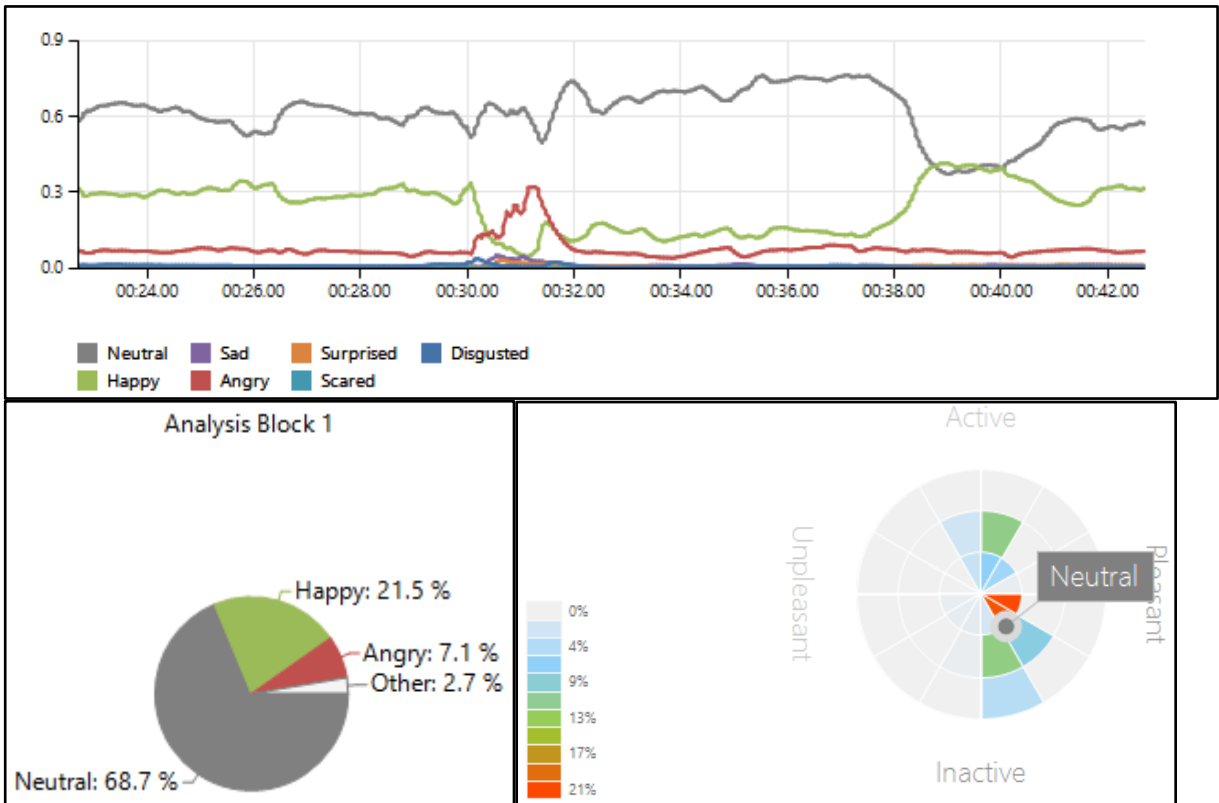
Participante 19 - Ciro Gomes



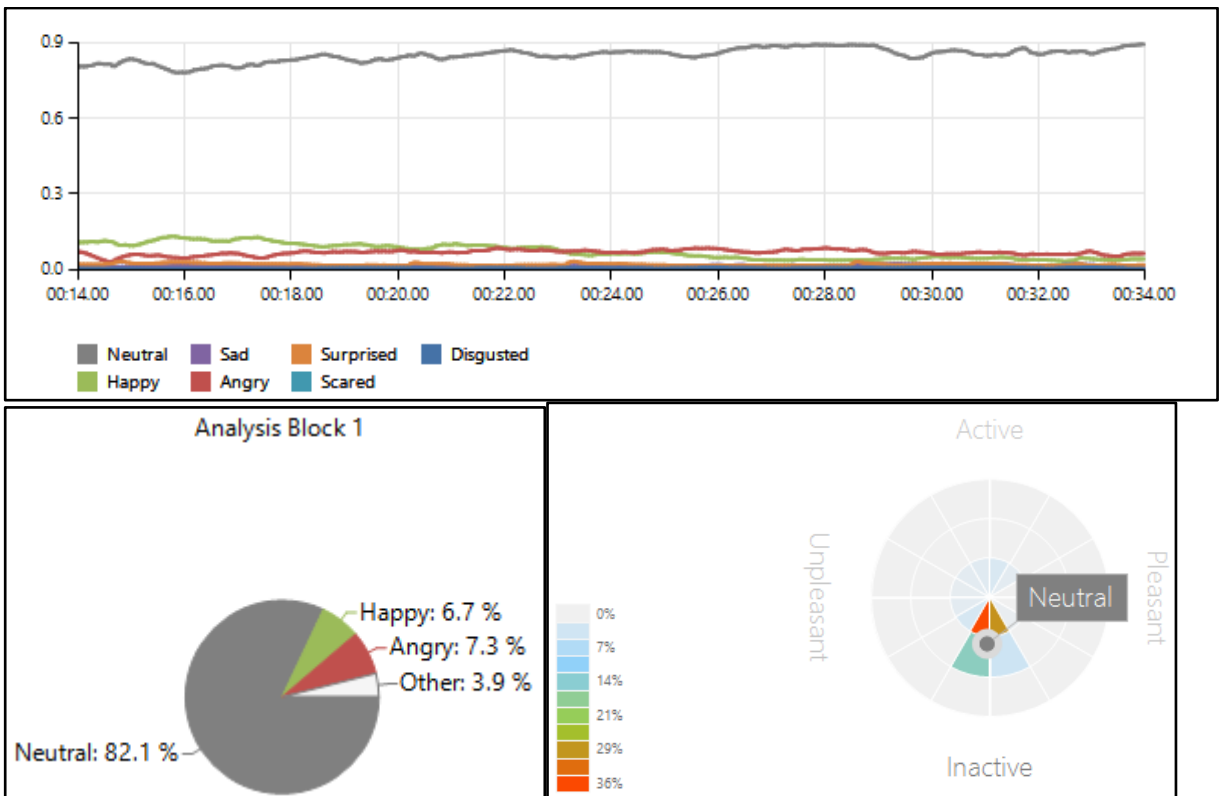
Participante 19 - Simone Tebet



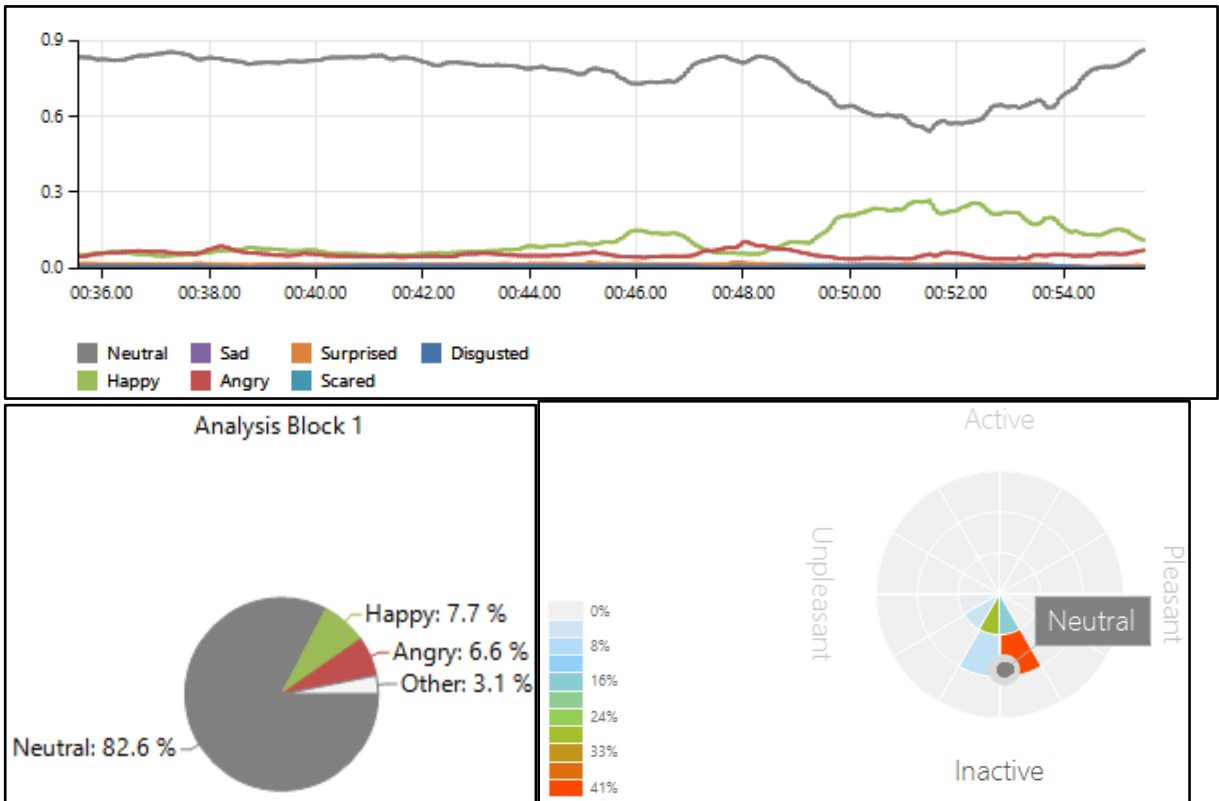
Participante 20 - Vídeo 1



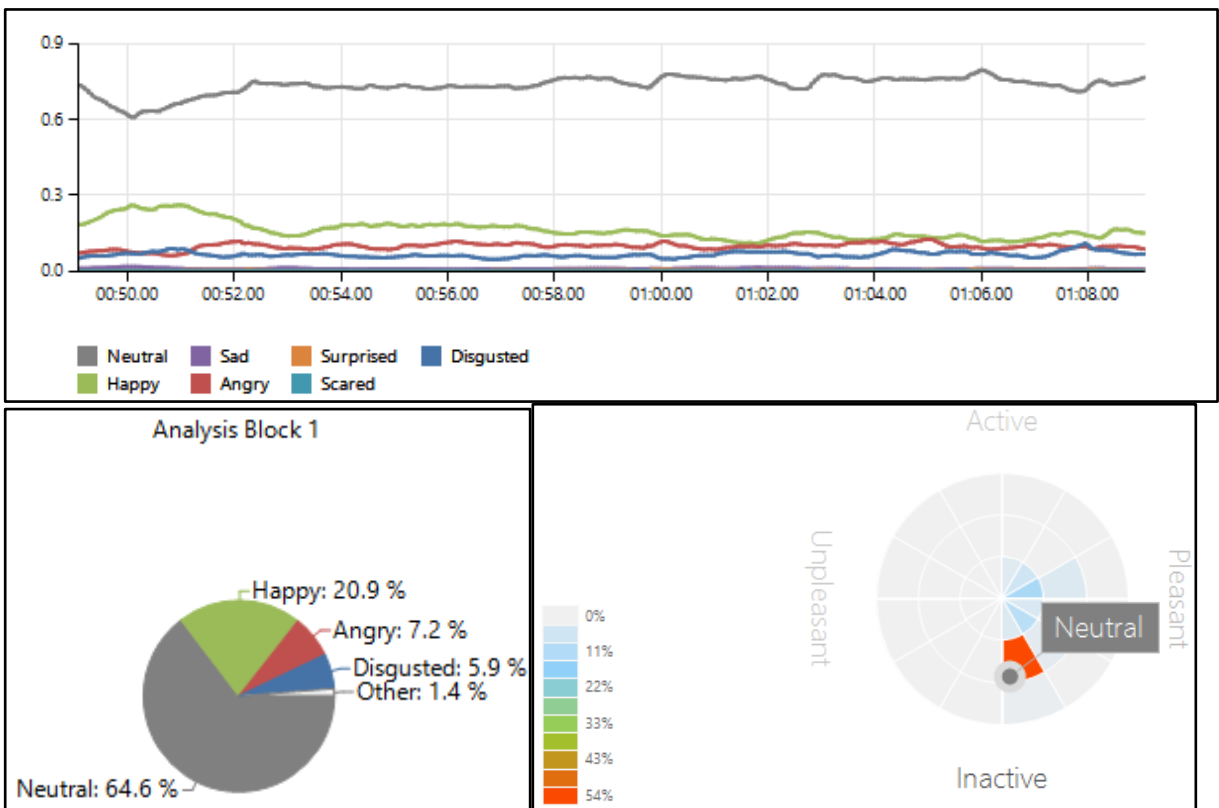
Participante 20 - Vídeo 2



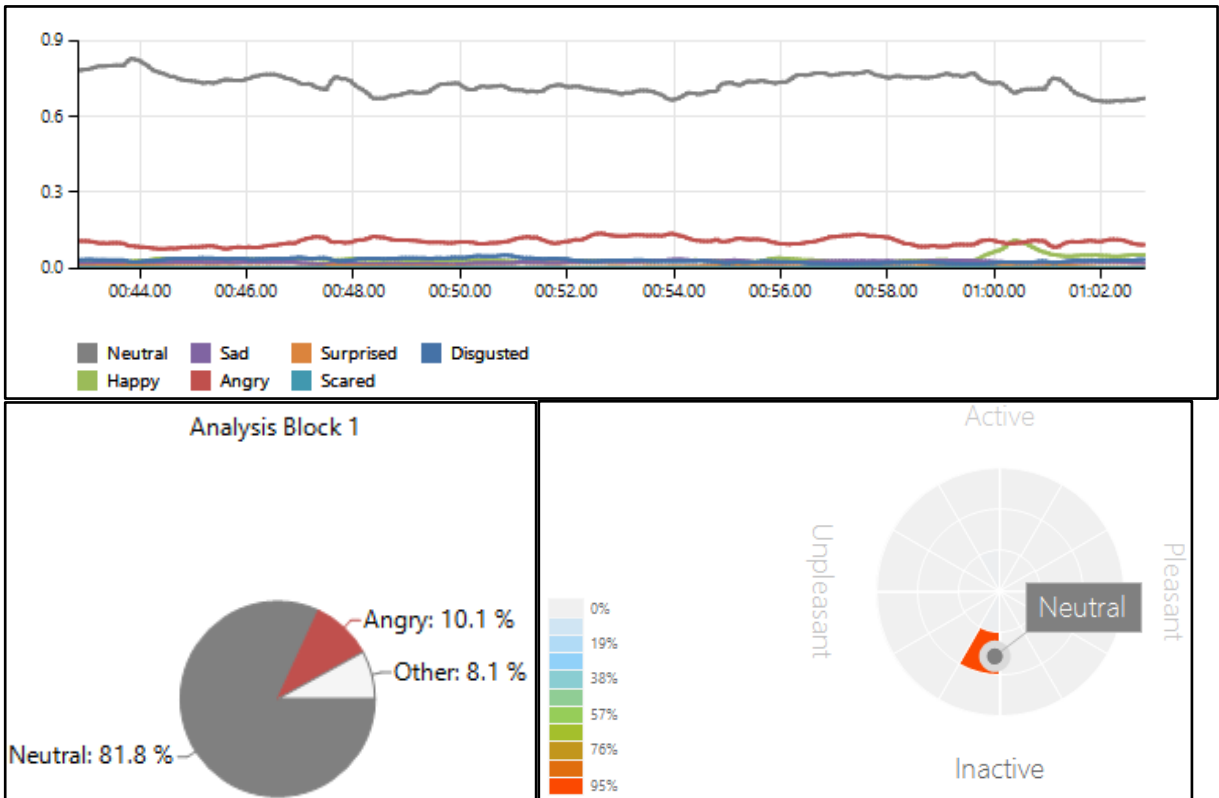
Participante 20 - Vídeo 3



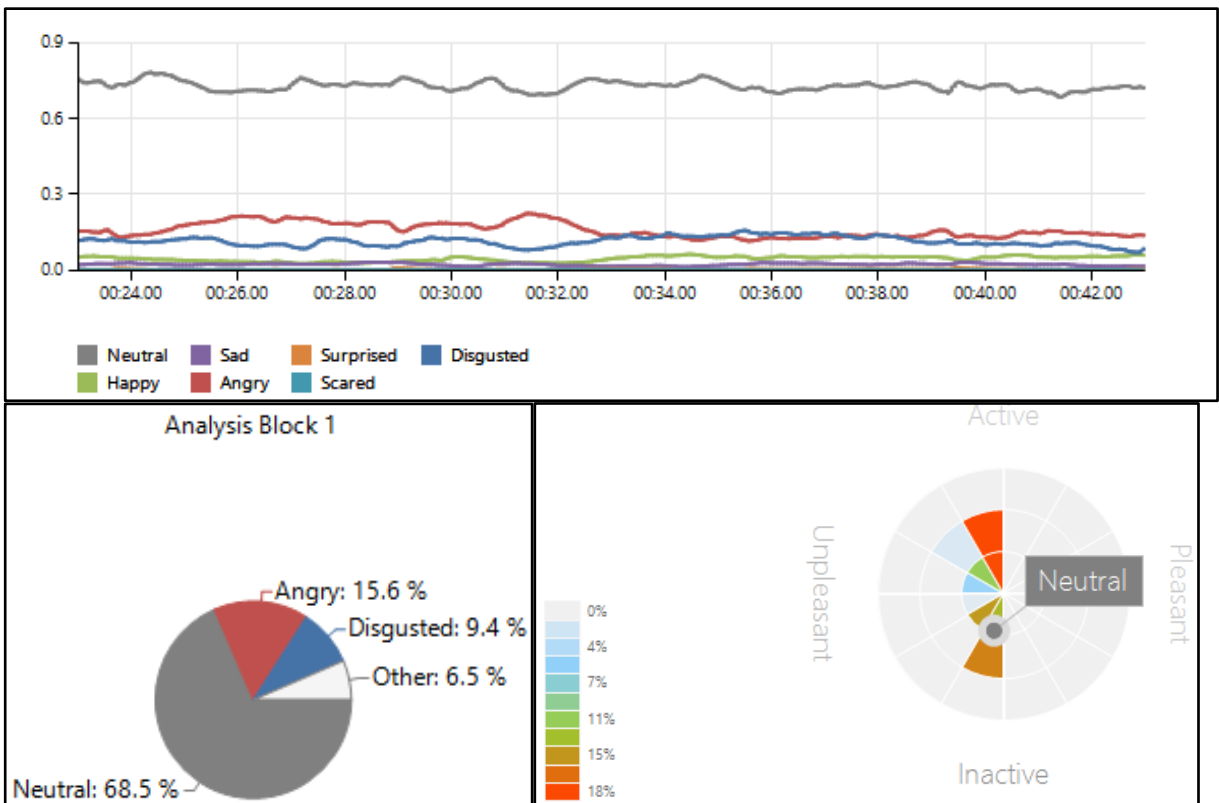
Participante 20 - Lula



Participante 20 - Bolsonaro

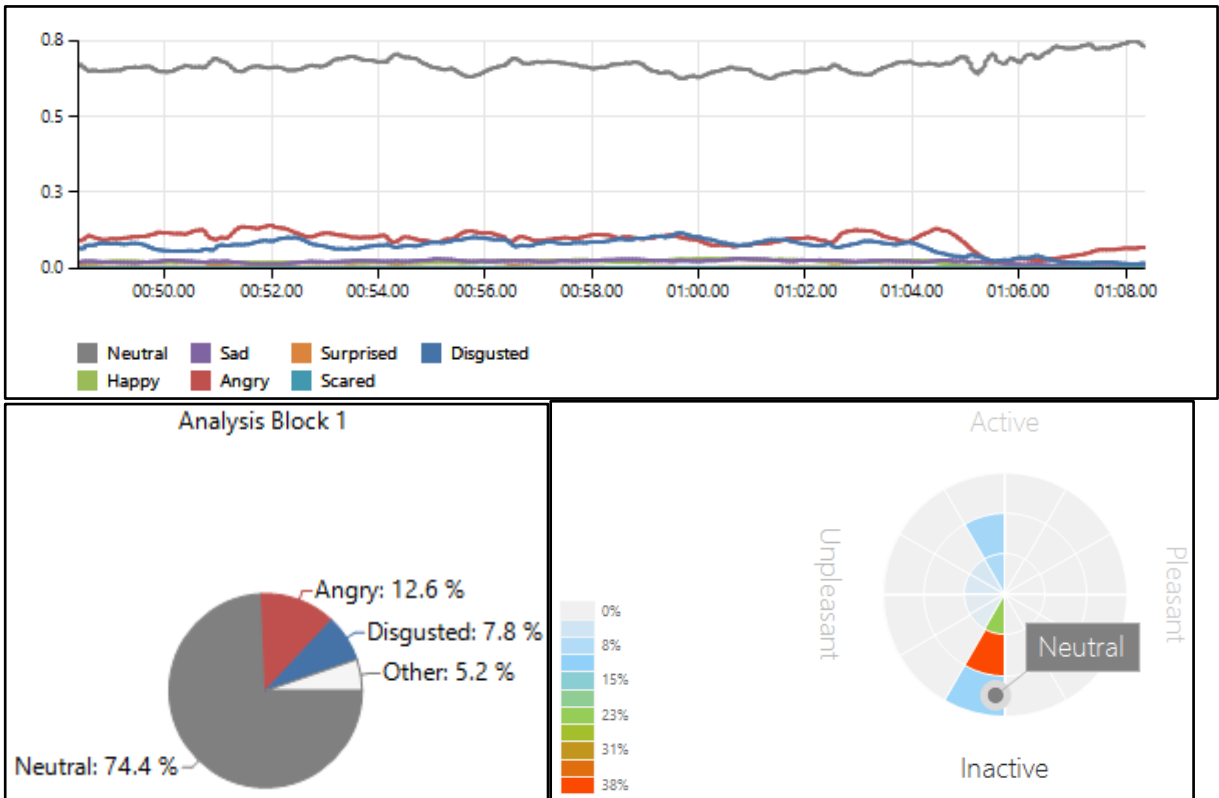


Participante 20 - Ciro Gomes

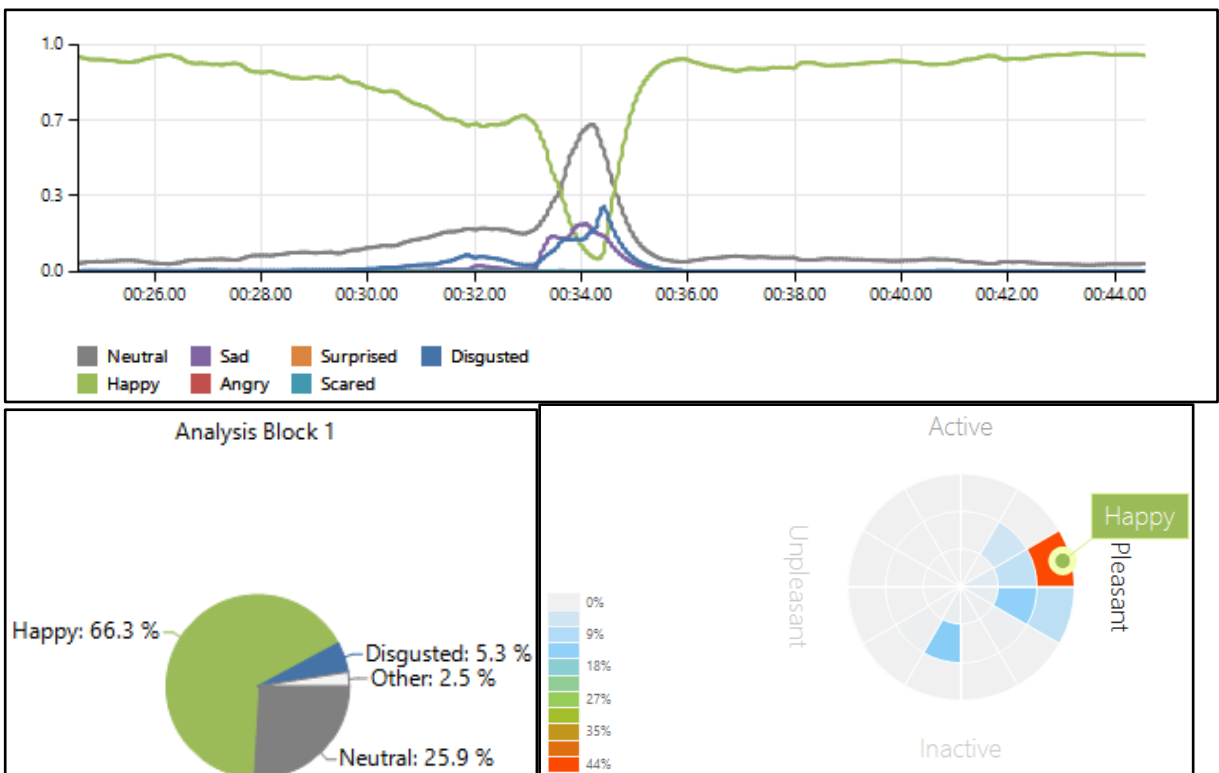




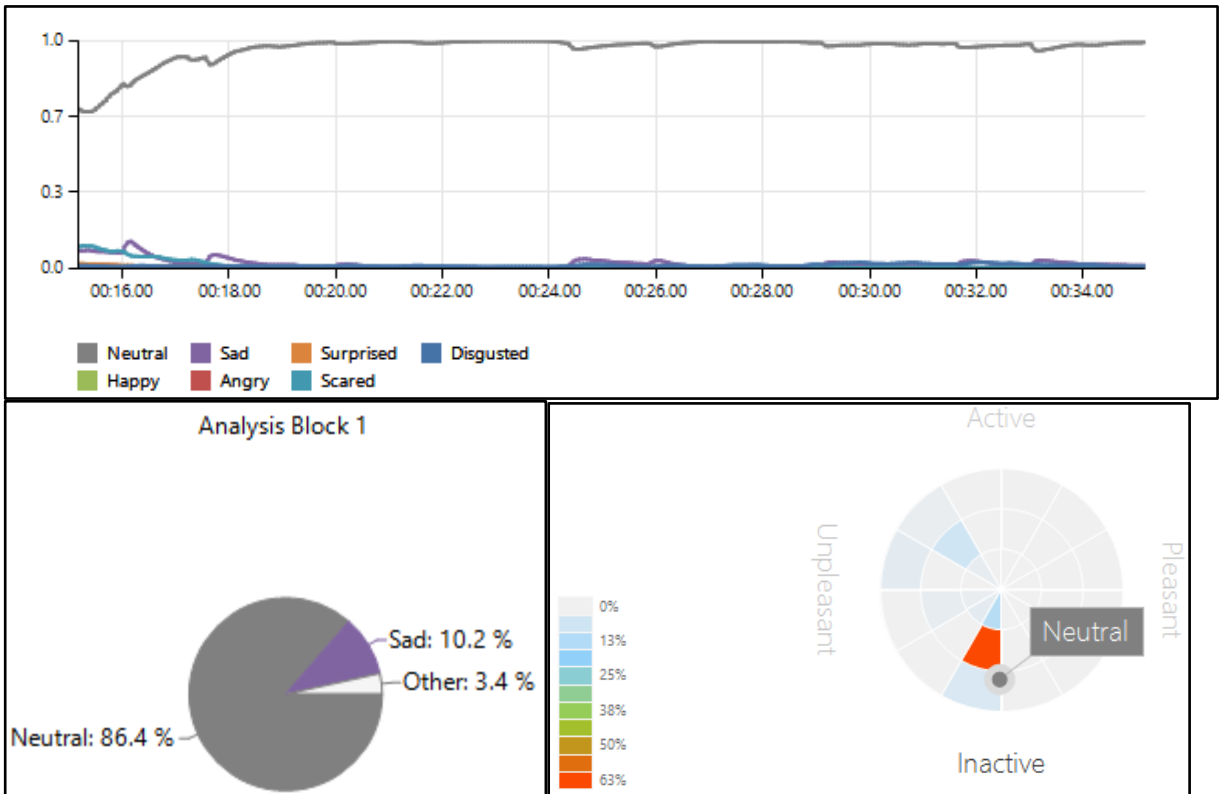
Participante 20 - Simone Tebet



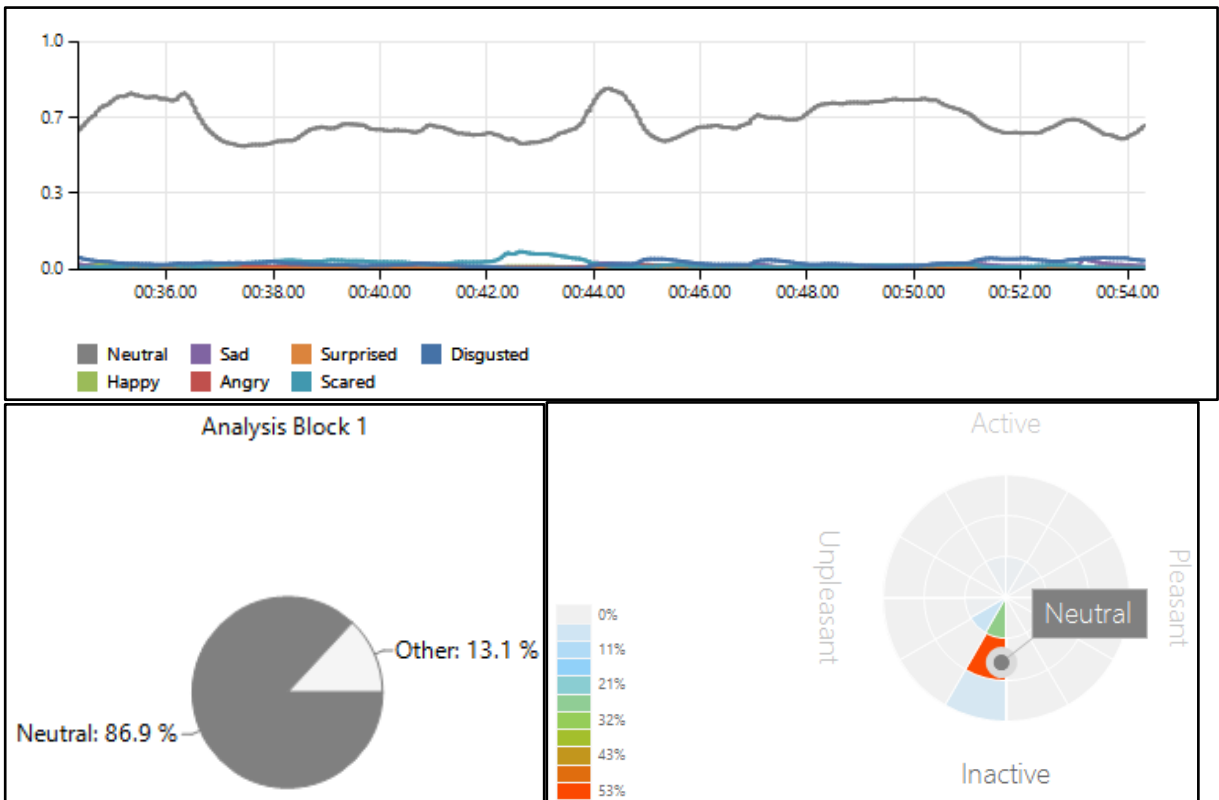
Participante 21 - Vídeo 1



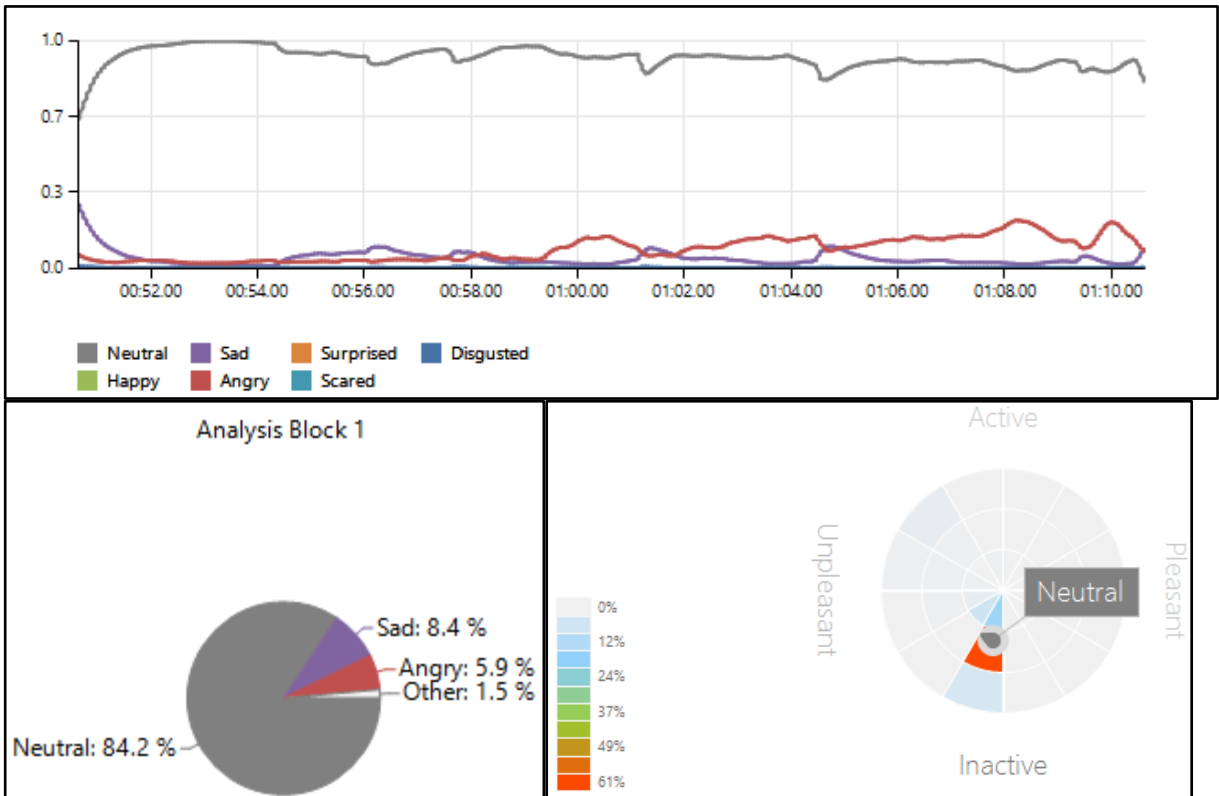
Participante 21 - Vídeo 2



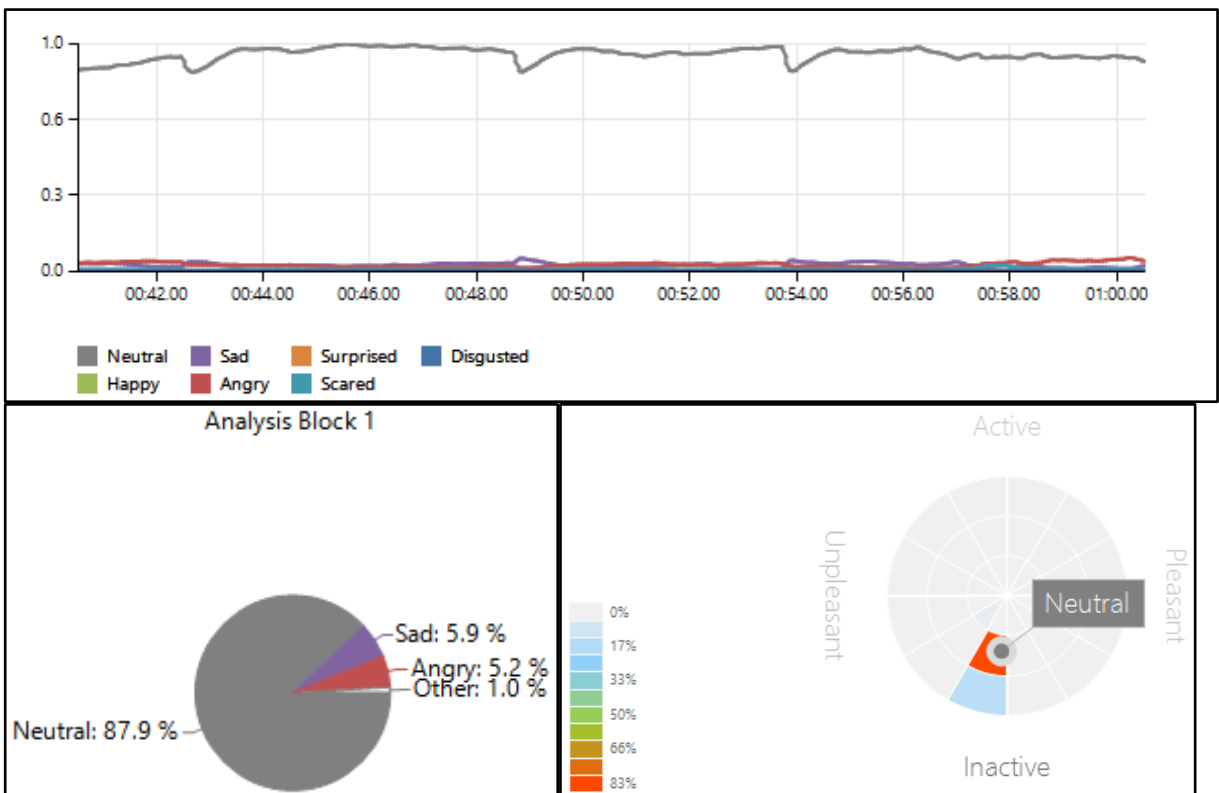
Participante 21 - Vídeo 3



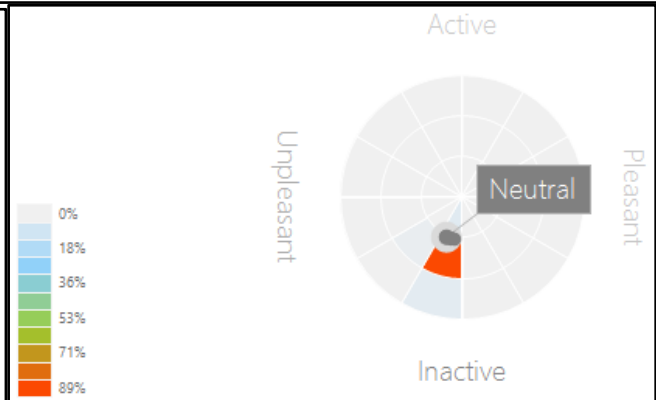
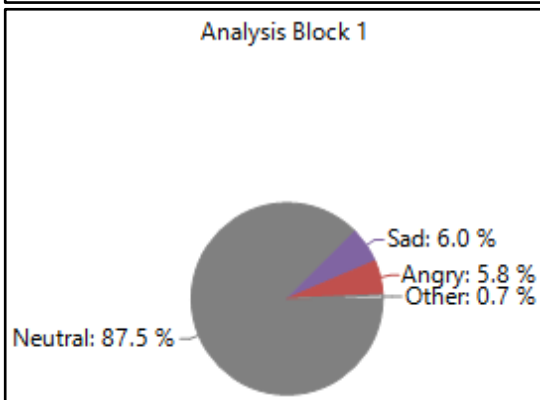
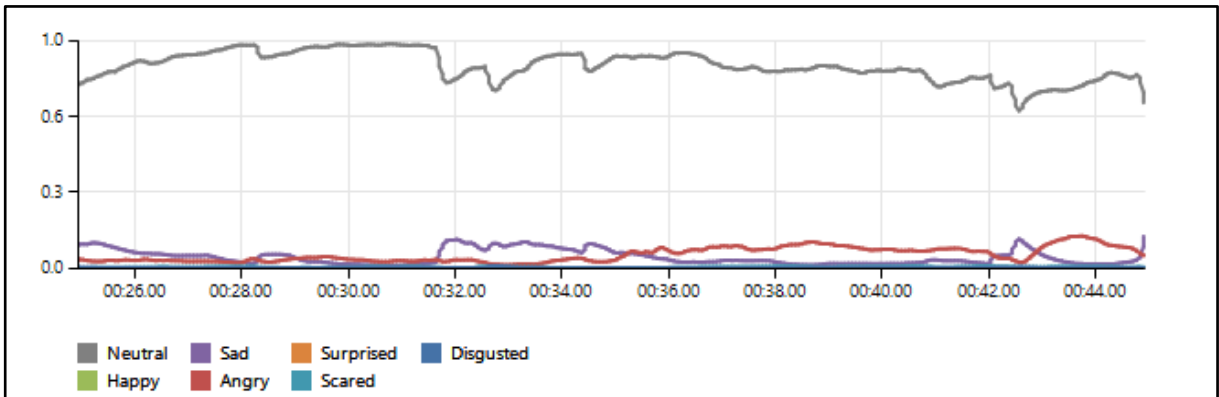
Participante 21 - Lula



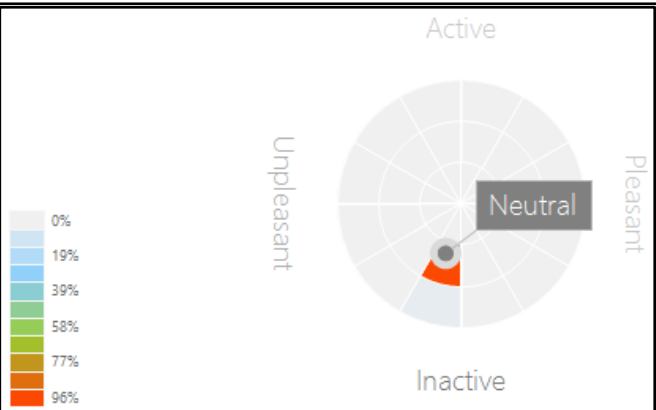
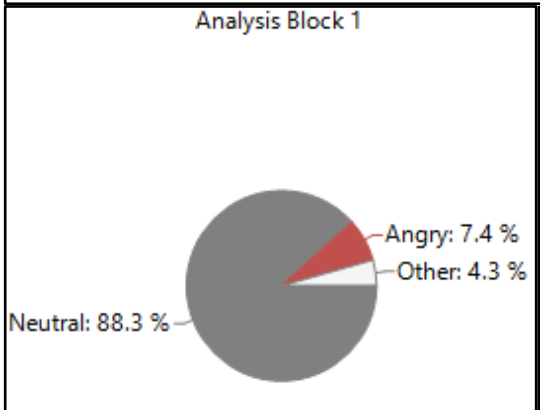
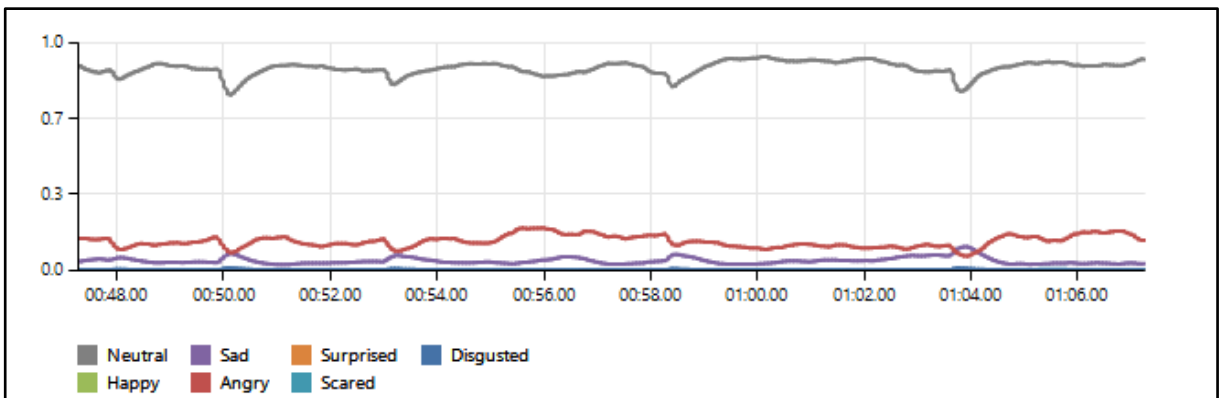
Participante 21 - Bolsonaro



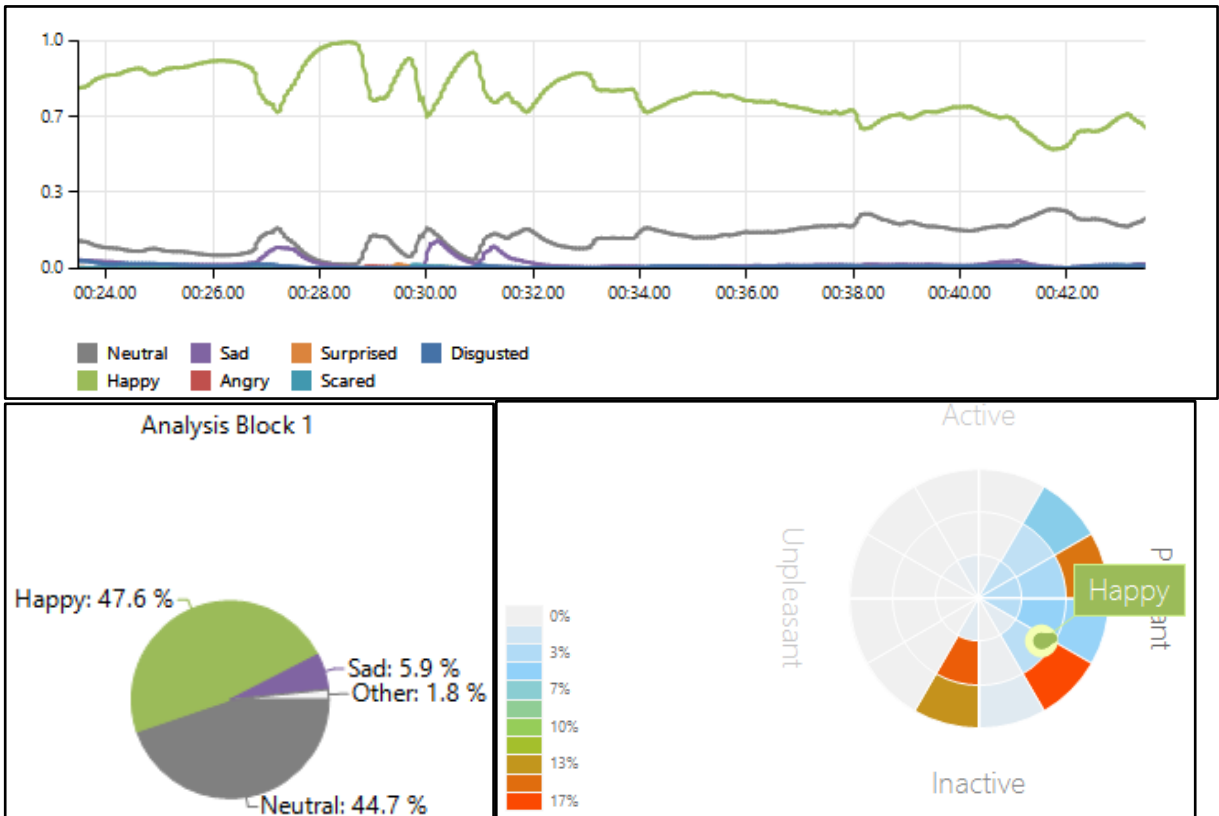
Participante 21 - Ciro Gomes



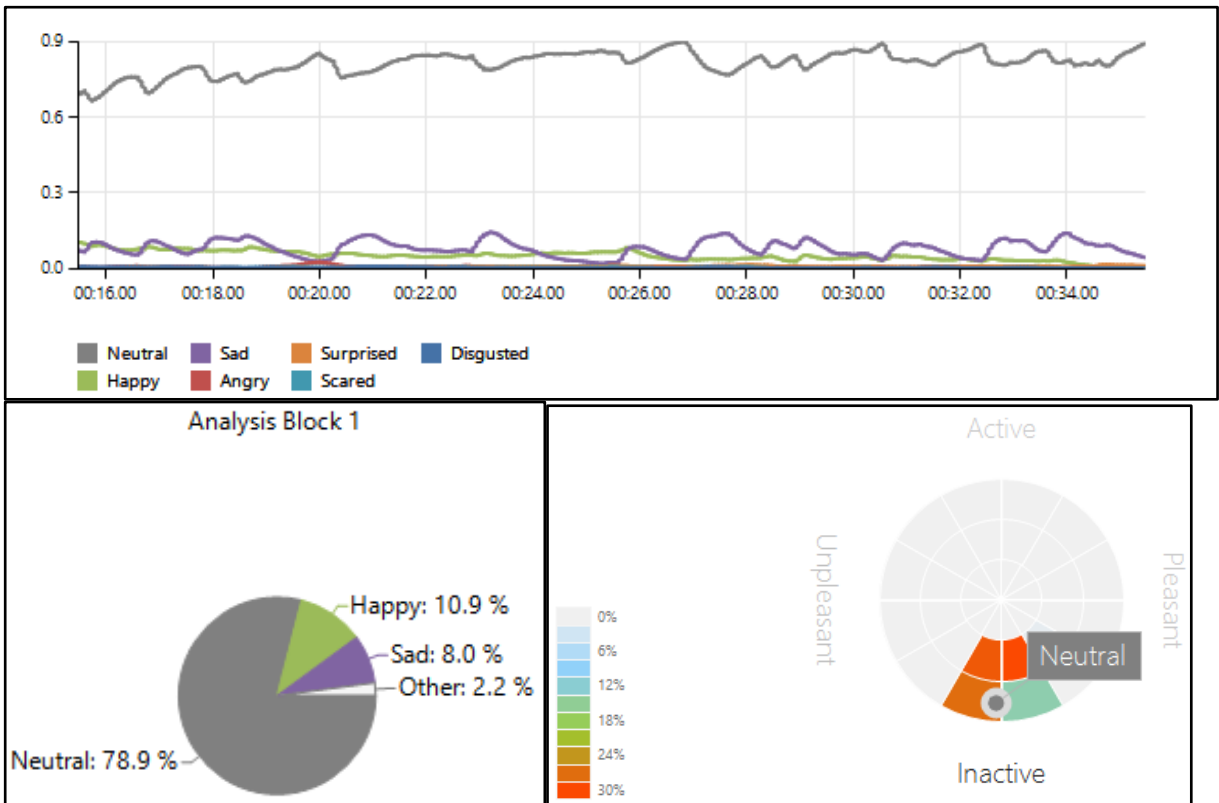
Participante 21 - Simone Tebet



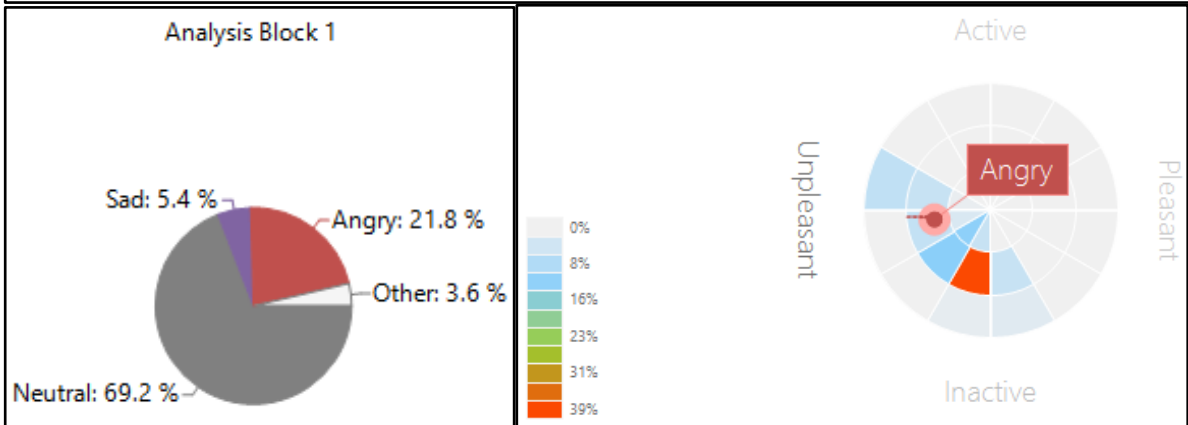
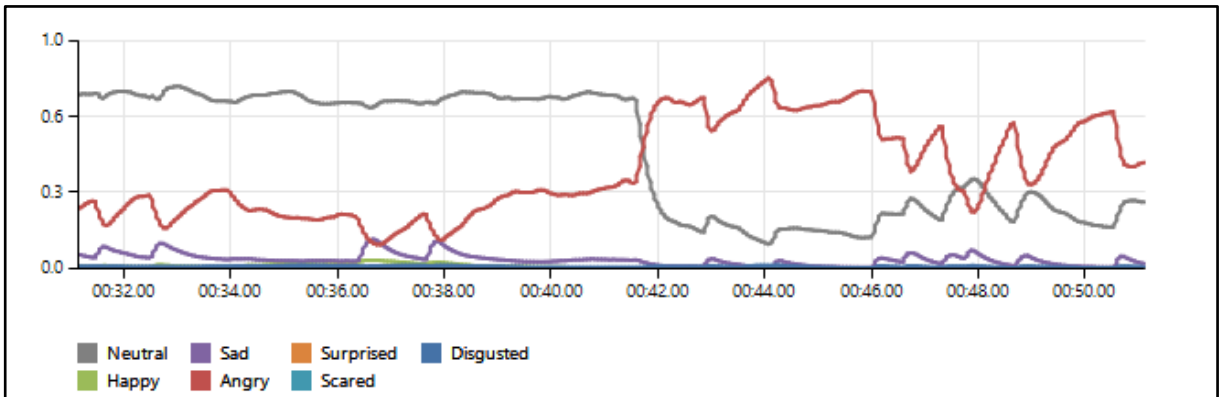
Participante 22 - Vídeo 1



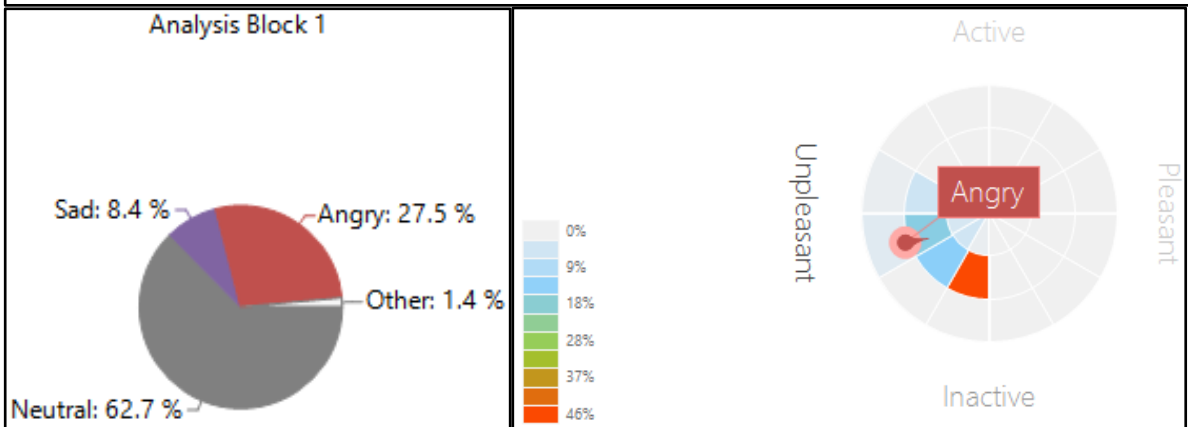
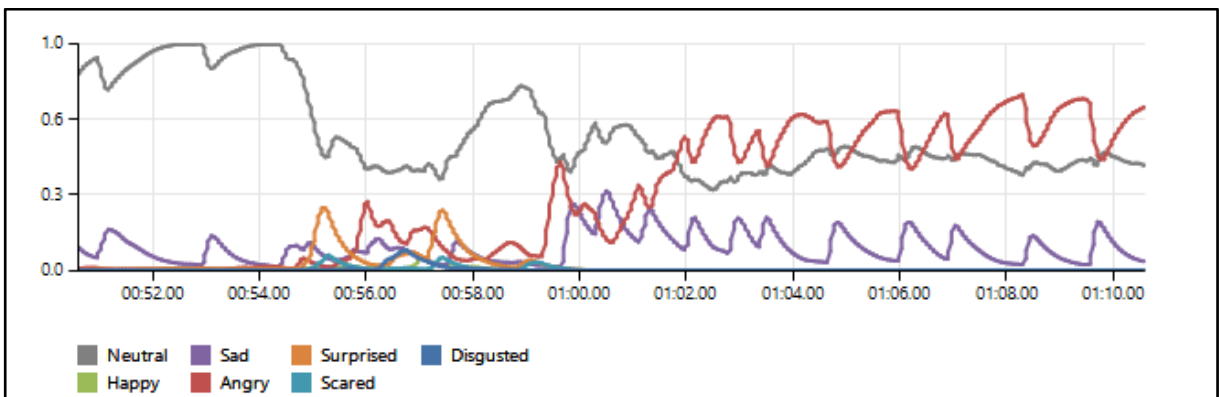
Participante 22 - Vídeo 2



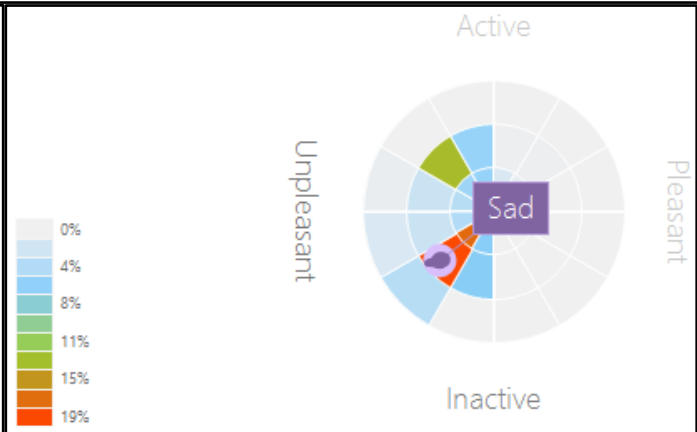
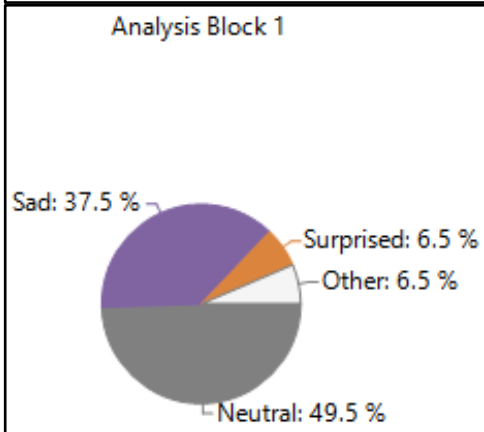
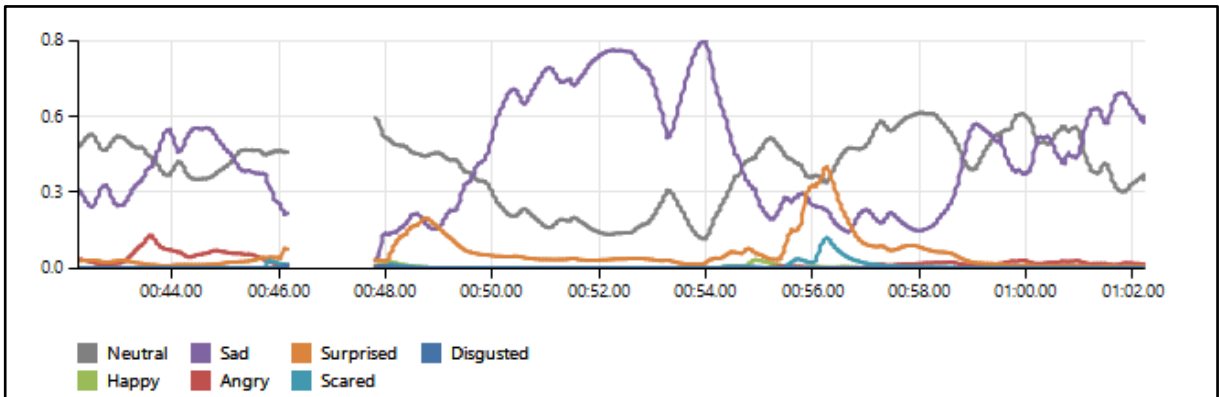
Participante 22 - Vídeo 3



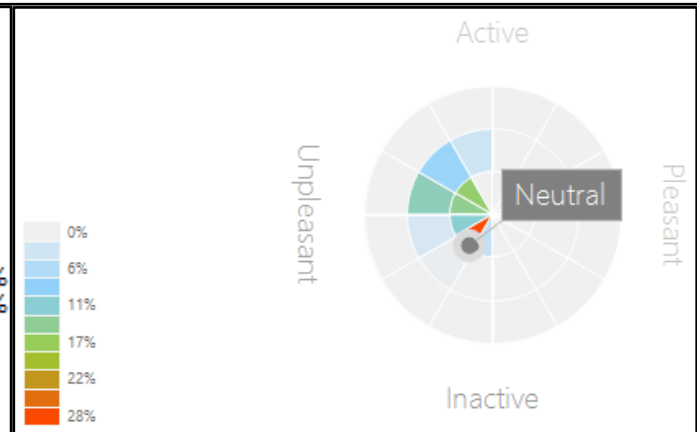
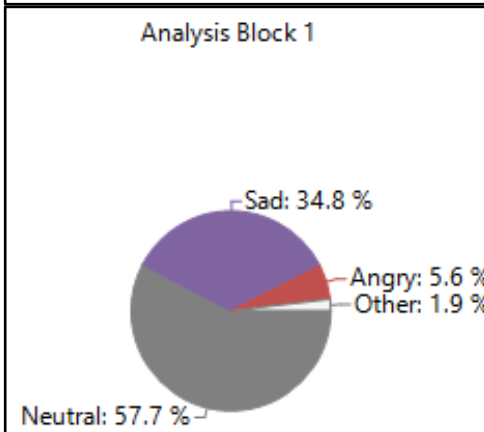
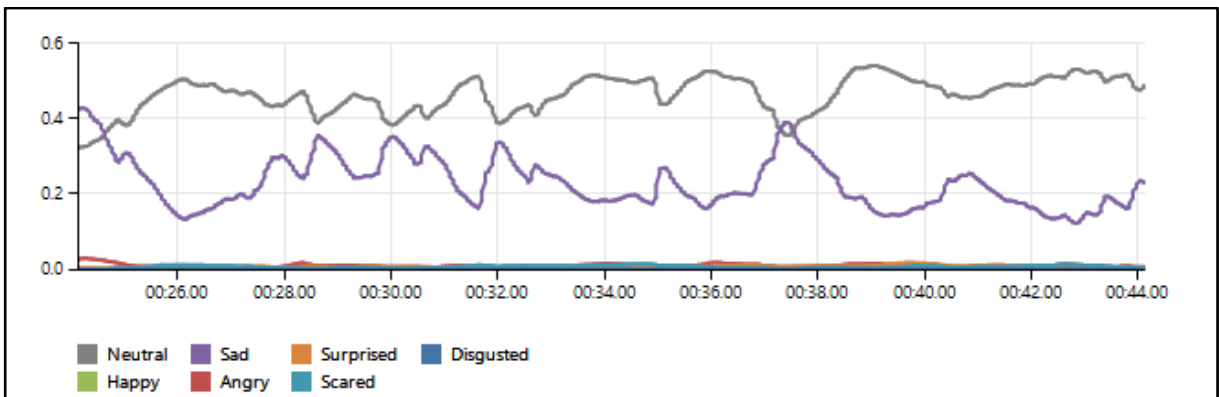
Participante 22 - Lula



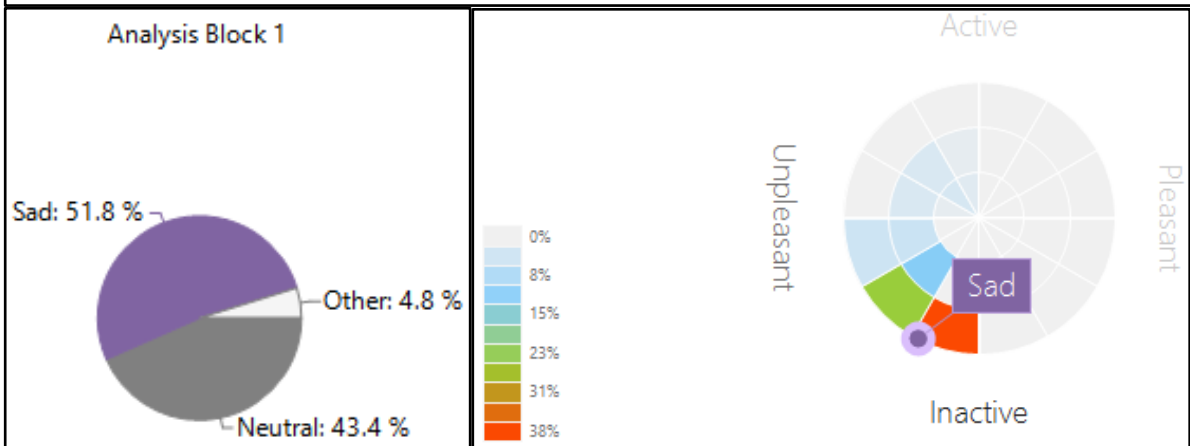
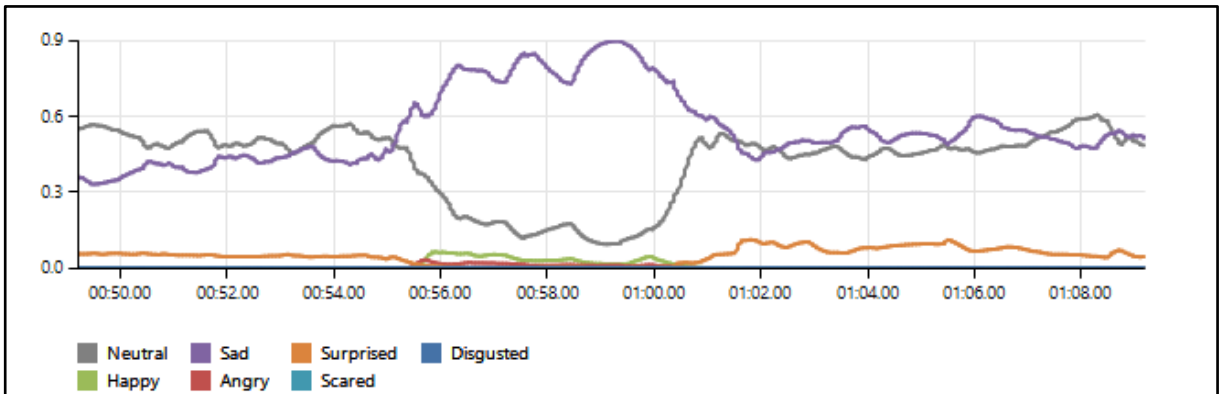
Participante 22 - Bolsonaro



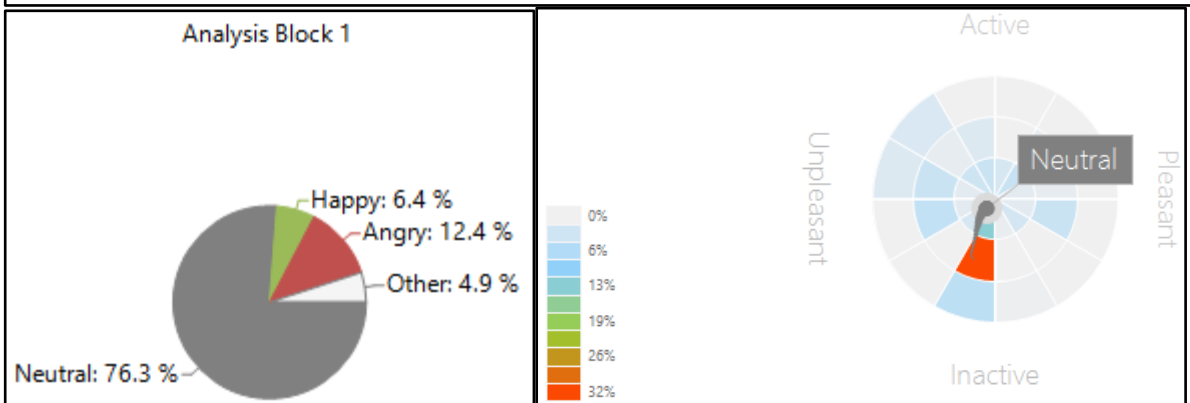
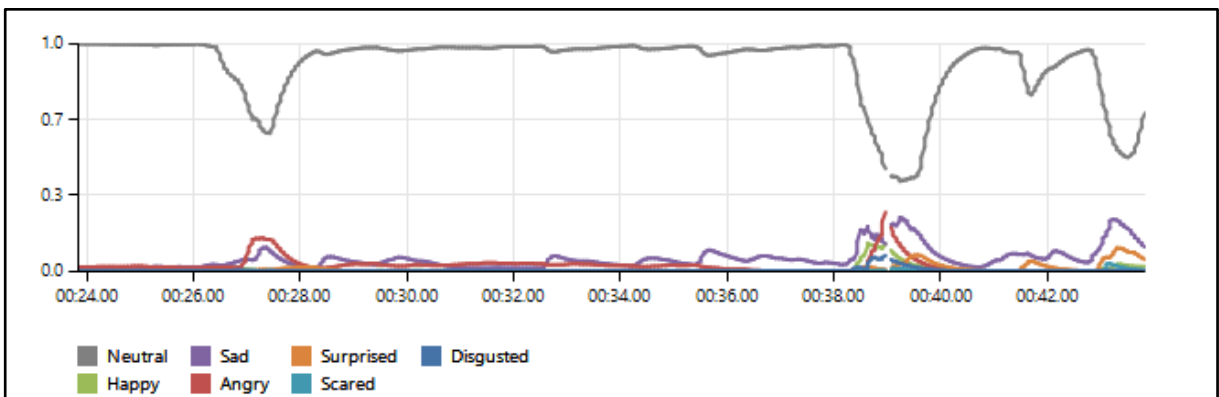
Participante 22 - Ciro Gomes



Partecipante 22 - Simone Tebet

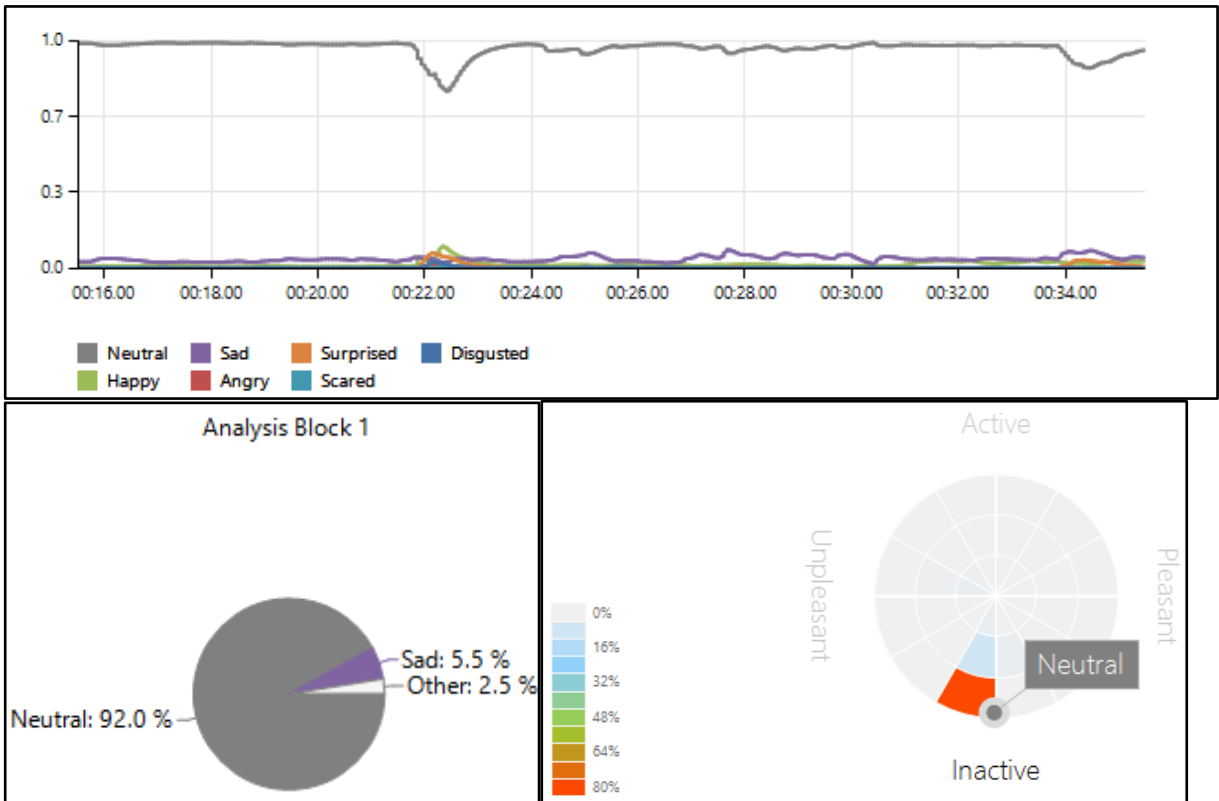


Partecipante 23 - Video 1

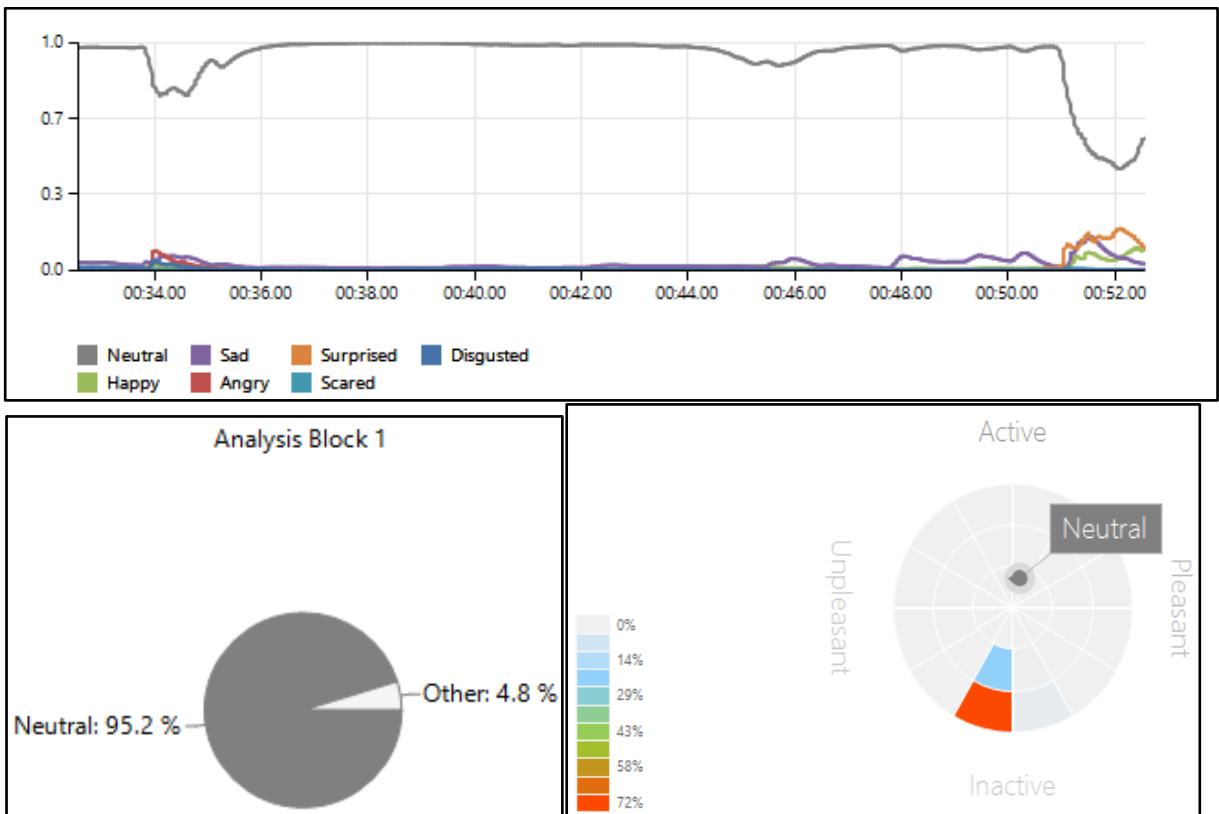




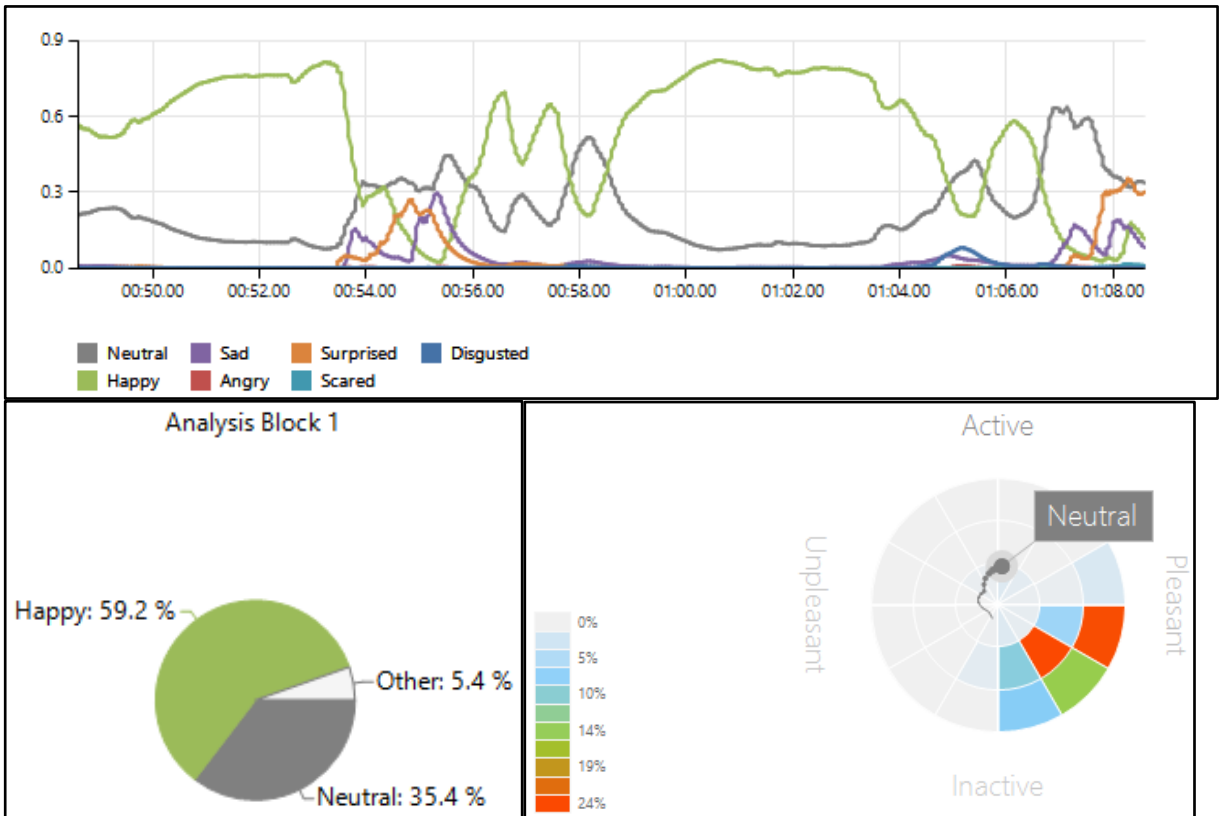
Participante 23 - Vídeo 2



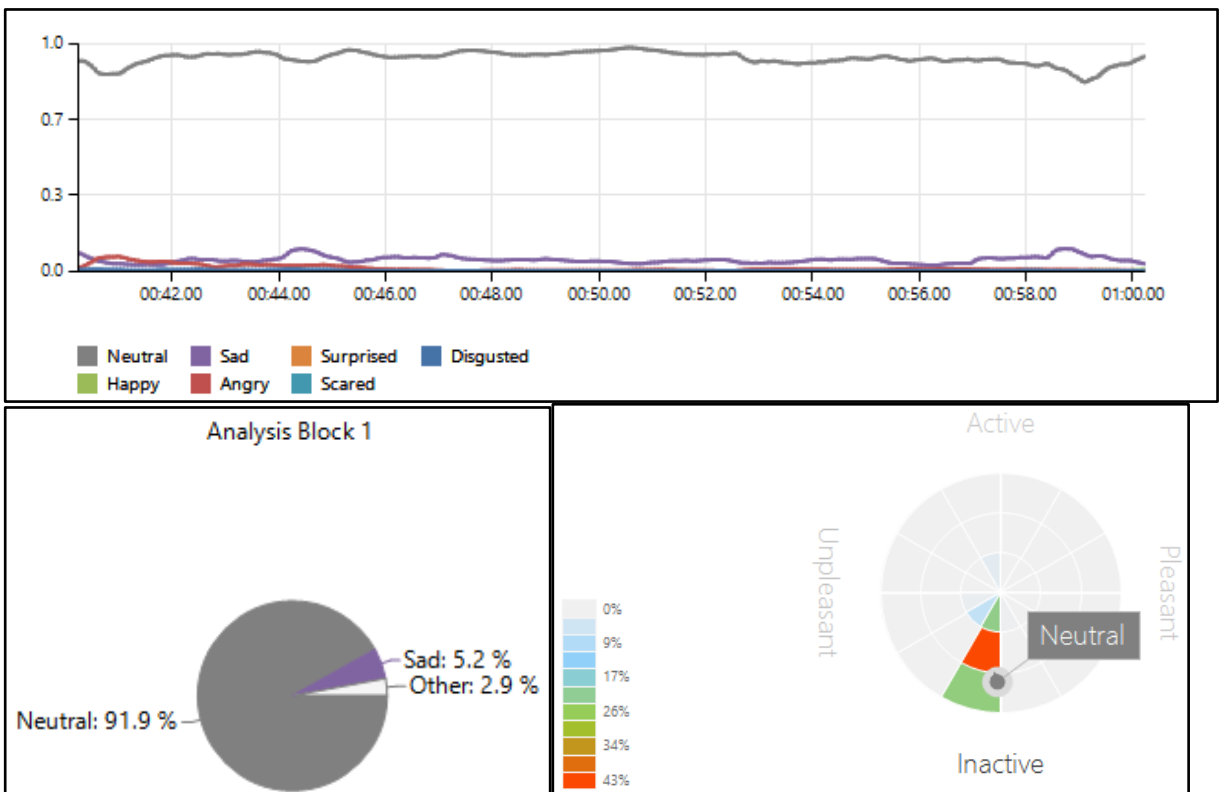
Participante 23 - Vídeo 3



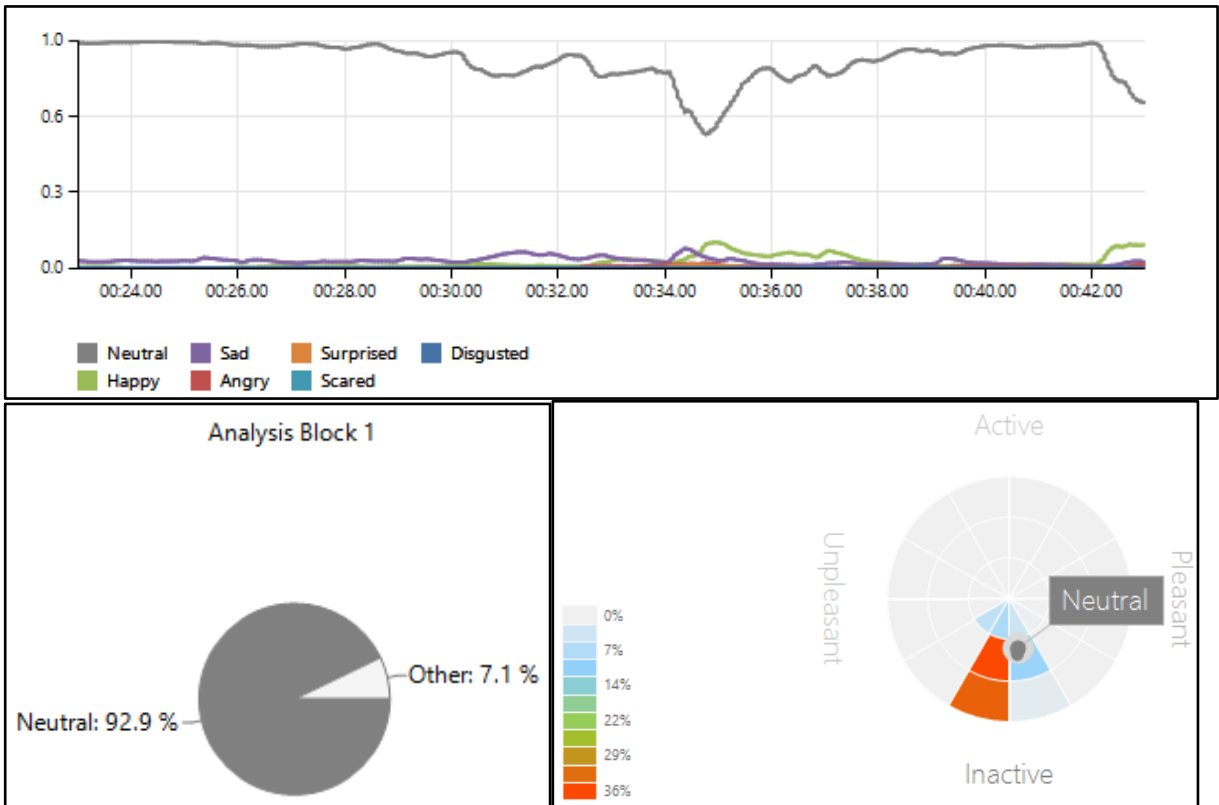
Participante 23 - Lula



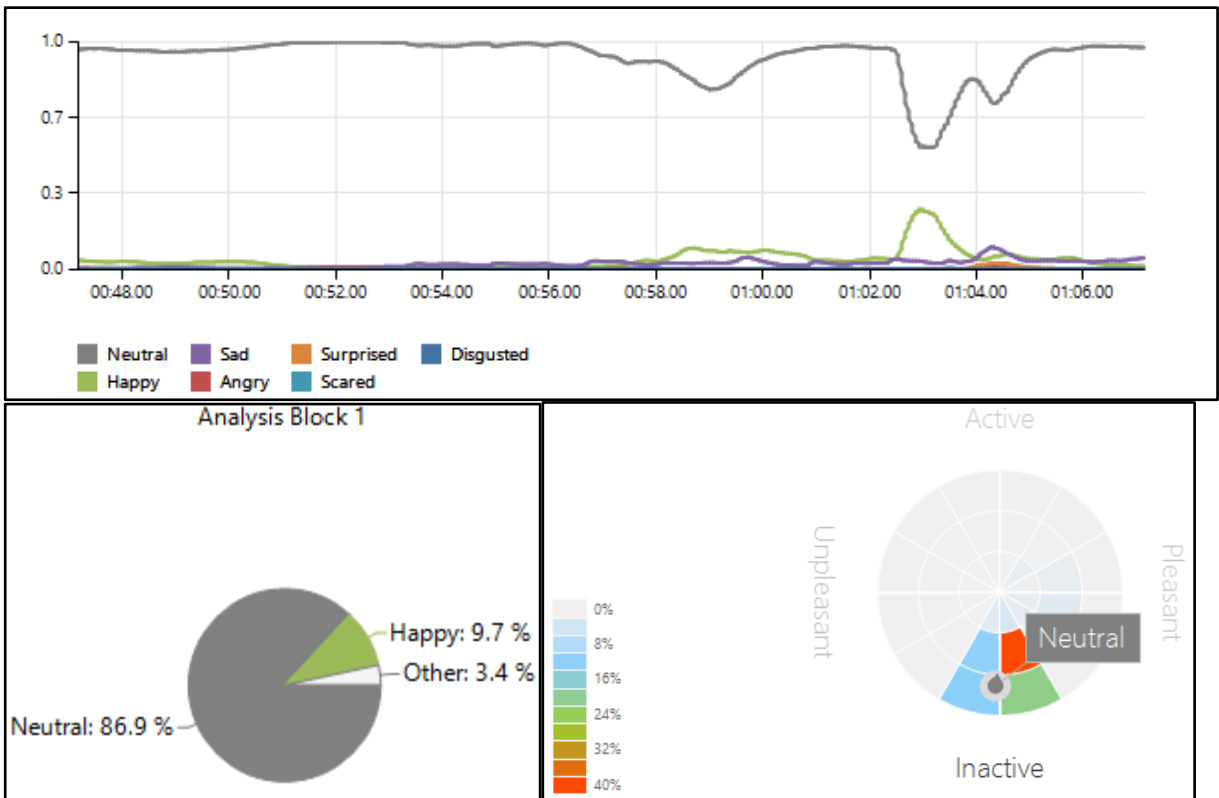
Participante 23 - Bolsonaro



Participante 23 - Ciro Gomes



Participante 23 - Simone Tebet



## ANEXO 4 – LICENÇA DE USO DO SOFTWARE



### Invoice

Rafael Oliva  
Av. Conselheiro Nébias, 589/595, Boqueirão  
Santos (SP), 11045-003  
Brazil

Payment Terms	30 days	Bill to Customer No.	C017117
VAT No.		Invoice No.	NI220608
Your Reference	R.OLIVA FR BASE SUB. MONTH	Our Order No.	NS221476
Registered User	Rafael Oliva	Posting Date	25. November 2022
No.		Due Date	25. December 2022

Innovative solutions  
for behavioral research

Noldus Information Technology bv  
Nieuwe Kanaal 5  
P.O. Box 268  
6700 AG Wageningen  
The Netherlands

Phone +31-317-473300  
Fax +31-317-424495  
E-mail info@noldus.nl  
Web www.noldus.com

Trade Reg. Arnhem no. 09094422  
VAT no.  
NL 80566759801

ABN-AMRO Bank Ede  
Account no.  
NL12 ABNA 0401 7354 56  
BIC: ABNANL2A

No.	Description	Ship Date	Qty.	Unit	Amount
SBLK-0001	FaceReader Software Software licence key	25/11/22	1	Pieces	
RNTL-0001	subscription 1 month FR Basic Software	25/11/22	1	Pieces	
<b>Total EUR</b>					<b>610.00</b>

VAT Amount Specification			
VAT Type	VAT %	VAT Base	VAT Amount
IM-S21	0	610.00	0.00
<b>Total</b>		<b>610.00</b>	<b>0.00</b>

Payment terms. All amounts are in Euro (EUR) unless otherwise specified. Please make payment within 30 days, with reference to account number, invoice number and date. Preferred method of payment: direct bank transfer to IBAN account No.: NL12ABNA0401725456, ABN AMRO Bank, Wageningen, The Netherlands (BIC: ABNANL2A). Overdue invoices are subject to a finance charge of 1,5% per month.