



ENCONTROS DEMOCRÁTICOS

C I C L O D E D E B A T E S

Partidarismo e Eleição

Como petismo e antipetismo influenciam o voto no Brasil



Palestra de **DAVID SAMUELS**
Cientista político e professor na University of Minnesota



Encontros Democráticos são publicações do Espaço Democrático, a fundação para estudos e formação política do PSD

Partidos e votos: uma análise para entender o comportamento do eleitor

Autor de abrangente estudo sobre o comportamento do eleitorado brasileiro, o cientista político norte-americano **David J. Samuels** afirma que o eleitor, no Brasil, é fortemente influenciado por sua posição em relação aos partidos, embora, paradoxalmente, adeptos de siglas antagônicas não exibam grandes diferenças de opinião entre si.

Ele foi o palestrante do encontro promovido pelo Espaço Democrático em agosto de 2018, e coordenado pelos cientistas políticos **Rogério Schmitt** e **Rubens Figueiredo**. Professor na Universidade de Minnesota e PhD em ciência política pela Universidade da Califórnia, Samuels destacou aspectos do livro “Partisans, Antipartisans, and Nonpartisans: Voting Behavior in Brazil” (em tradução livre, “Partidários, Antipartidários e Não Partidários: Comportamento de Voto no Brasil”), escrito em parceria com o cientista político brasileiro **César Zucco**, da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro.

Samuels disse que “a realidade é interpretada, até com certo grau de hipocrisia”, de acordo com a afinidade partidária de cada eleitor. Algumas vezes, mesmo em pontos em que dois lados concordam, como nas questões de distribuição de renda e de corrupção, a avaliação do eleitor segue a linha partidária. Quem é antipetista critica o Bolsa Família, mesmo sendo favorável a programas de distribuição de renda, e quem é petista tende a minimizar a importância do combate à corrupção.

Outra afirmação interessante: “Nosso levantamento mostra que é um mito a ideia de que petistas são de esquerda e antipetistas são de direita”. Esta é a íntegra de sua palestra e dos debates que se seguiram a ela.

Boa leitura.



ROGÉRIO SCHMITT: Boa tarde, sejam todos bem-vindos e bem-vindas. Nós vamos iniciar mais um dos Encontros Democráticos da Fundação Espaço Democrático. Hoje estamos recebendo aqui o meu colega e amigo David J. Samuels, que veio ao Brasil especialmente para lançar o novo livro *“Partisans, Antipartisans and Nonpartisans: Voting Behavior in Brazil”* - em tradução livre, *“Partidários, Antipartidários e Não Partidários: o comportamento eleitoral no Brasil”*).

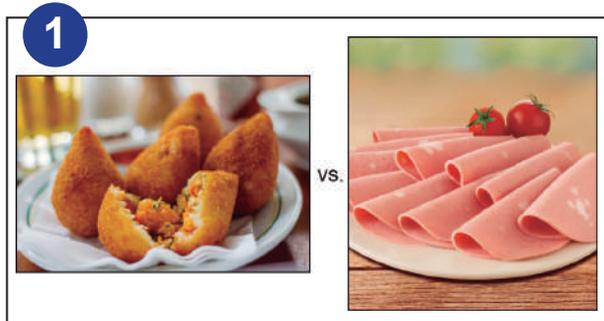
O David já esteve na Universidade de São Paulo e irá também ao Rio de Janeiro, à Unicamp e à Fundação Getúlio Vargas. E gentilmente se ofereceu para vir fazer também uma palestra sobre esse livro aqui na Fundação e por isso eu quero agradecer ao David pela presença. Ele é cientista político, PhD pela Universidade da Califór-

nia, em San Diego, professor da Universidade de Minnesota, coeditor da *Comparative Political Studies*, uma revista acadêmica importante nos Estados Unidos e é um dos grandes especialistas em política brasileira, o que a gente costumava chamar de brasilianista no passado.

Quem está compondo a mesa aqui para ser nosso debatedor é o cientista político Rubens Figueiredo, nosso colega aqui do Espaço Democrático. Obrigado, Rubens. A palestra do David tem o título *“A importância dos partidos na decisão do voto”*. Basicamente ele vai apresentar as principais descobertas do tema que ele vem pesquisando há bastante tempo - a gente se conhece há mais de 20 anos, quase 25 anos, acho. Ele já naquela época estudava esse assunto. David, seja bem-vindo, obrigado, a palavra é sua.

DAVID SAMUELS: Obrigado Rogério, agradeço a todos pela presença e pela oportunidade de falar sobre o livro para vocês. E a gente começa o livro com uma sabedoria convencional na ciência política que é: no eleitorado, as atitudes partidárias são fracas, ou mesmo não existentes, pelo menos para a grande maioria do eleitorado. O que se entende como fatores importantes no Brasil são, geralmente, o clientelismo, personalismo, as qualidades pessoais dos candidatos e a performance do governo, como anda a economia - e essas são coisas normais, não é nada fora do normal em vários países. Mas o que não se leva em conta é a atitude partidária na decisão de voto e na formação de opiniões e atitudes políticas sobre políticas públicas. E a proposta do nosso livro é que tudo isso está errado - e a gente vai mostrar que as atitudes partidárias são muito mais importantes, são fortes e reais e importantes para mais ou menos a metade do eleitorado brasileiro.

E um achado muito importante para mim é que as atitudes partidárias brasileiras têm muito a ver com a culinária brasileira. Isso é piada? Como americano, eu acho - e depois vocês vão julgar se eu preciso devolver minha carteira de brasilianista ou não - mas eu acho esse negócio de mortadela e coxinha (*figura 1*) muito engraçado. Mortadela? O que significa? Mas na verdade eu acho muito importante esse negócio de gírias e xingamentos, porque para mim não é piada.



Essa outra imagem aqui (*figura 2*) eu tirei do programa da campanha presidencial do Lula em 1994, já faz uns 20 e poucos anos. Eu fiquei anos pensando nessa imagem. É uma imagem muito afetiva, no sentido de que a identidade partidária, a afinidade partidária é quase como um ursinho de pelúcia, o seu ursinho favorito, é uma coisa que você ama mesmo, você sente. Quando o seu partido ganha, é como um time, você se sente contente. Quando o seu partido perde, você quase está chorando de dor. Não é somente uma afinidade, é emoção também. Essa imagem para mim encarna a ideia da identidade partidária, é uma atitude adquirida na juventude e geralmente também fica com a pessoa a vida inteira.



Já essa terceira imagem (*figura 3*) é de um protesto na avenida Paulista, de 2013 ou 2014. Para nós, igualmente existem atitudes fortes, emocionantes, contra um partido, é o antipartidarismo no Brasil.



E a proposta do nosso livro é examinar ambos os lados da questão - as atitudes positivas e negativas, os partidários, os antipartidários e os não-partidários também, que não têm nenhuma atitude partidária. Isso leva aqui a essa tabela - está em inglês, desculpem, mas eu vou explicar. O argumento central do livro é que as atitudes partidárias são como uma tribo, você tem uma afinidade pela sua tribo, como o seu time, você tem uma afinidade com a sua tribo e você tem uma antipatia por outra tribo. São tribos sociais.

As identidades sociais, como psicólogos nos contam, são formas de auto definição em relação às pessoas de quem você gosta e em relação às pessoas de quem você não gosta. Então, vocês podem ver aqui na tabela (figura 4) - *in group* - as pessoas de quem você gosta e - *out group* - as pessoas de quem você não gosta. Então, vocês podem ver aqui que pode haver uma identificação com um grupo, os hardcore, os partidários que têm um grupo, uma afinidade partidária, e também têm uma antipatia pelo outro grupo. Mas também pode haver grupos de pessoas com antipatia só por um partido, que não tem nenhuma afinidade partidária. Esses são os antipartidários, os negative partisans. Também na parte direita da tabela, embaixo, estão os não-partidários, as pessoas que não têm nenhuma atividade partidária, nem uma antipatia partidária. Essas pessoas, as decisões de votos delas, são do personalismo, as qualidades pessoais dos candidatos ou da performance do governo, mas não têm nenhuma atitude partidária.

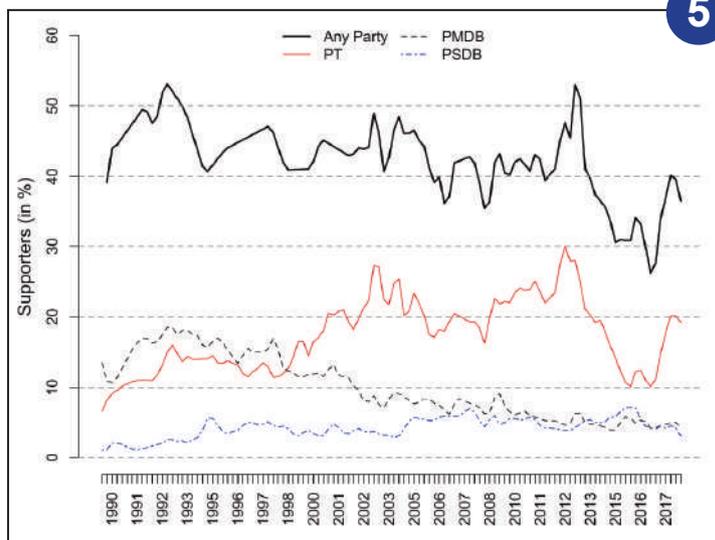
4

Partisanship as Social Identity

		Strong Identification with In-Group	
		Yes	No
Strong Antipathy for Out-Group	Yes	Hard-Core Partisans	Negative Partisans
	No	Positive Partisans	Non-Partisans

A gente fez uma coletânea de dados para o livro. Os dados deste primeiro gráfico são de atitudes positivas, identidades partidárias e afinidades partidárias ao longo do tempo. São dados do Datafolha, desde 1989. O que se pode verificar nessa figura aqui (figura 5) é, primeiro, o crescimento do PT, entre 1989 e 2013. Depois veio uma queda de 20 pontos, mas depois recuperou no ano passado e desde 2006 está em torno de 20%, que é uma queda de um pico de 30%, mas ainda é o maior partido em termos de atitudes positivas. São os petistas lá em vermelho.

5



ROGÉRIO SCHMITT: 20% dos eleitores que se declaram simpatizantes do PT.

DAVID SAMUELS: Nas outras duas linhas você pode verificar que o PMDB tinha, até meados da década de 1990, uns 15% dos eleitores, mas agora está na faixa de 5%. Um fato importante a lembrar é que o PSDB, mesmo sendo governo de 1995 a 2002, nunca conseguiu mais do que 5% a 6% do eleitorado com afinidade pelo partido, como tucanos. Então, esse é um resumo do quadro de afinidades partidárias no Brasil ao longo do tempo.

Agora, neste próximo quadro (*figura 6*) eu vou adicionar os não-partidários e os antipartidários aos partidários, para dar os 100%. Ali se pode ver os partidários nas primeiras duas linhas - *hard-core partisans* e *positive partisans*. Isso é o total. No próximo quadro eu mostro só os petistas. Mas ali você tem os antipartidários, os *negative partisans*, e você pode verificar que em 2002 cerca de 20% dos eleitores eram antipartidários. A pesquisa geralmente tem uma pergunta: "Você tem simpatia por algum partido?" E se sim, qual o partido? Em pesquisas que a gente fez em 2014, fizemos uma segunda pergunta: há um partido de que você não gosta? Se sim, qual é esse partido? Então, 20% dos eleitores, em 2002, diziam: sim, eu não gosto, vamos dizer, do PT.

6

Table 2.1: Partisans & Antipartisans in Brazil (1989-2014)

	1989	1994	1997	2002	2006	2010	2014
Hard Core Partisans	30.40	40.30	32.72	18.83	29.20	21.74	14.05
Positive Only Partisans	21.02	14.85	15.51	27.57	20.37	27.48	17.78
Negative Partisans	7.89	12.15	10.33	19.78	12.06	21.34	22.57
Non-Partisans	40.69	32.70	41.44	33.82	38.37	29.44	45.61

O próximo slide (*figura 7*) mostra só petistas e antipetistas. Esses dados ali mostram, primeiro, que em 2014 o total de petistas e antipetistas no eleitorado brasileiro, mesmo em crise política com a decadência do PT na época, é de quase 40% do eleitorado brasileiro. Têm como ponto de referência o PT - ou é petista ou é antipetista.

7

Table 2.2: Petistas & Antipetistas (1989-2014)

	1989	1994	1997	2002	2006	2010	2014
Hard Core Petistas	5.52	11.80	8.75	10.16	13.70	10.30	7.14
Positive Only Petistas	2.00	3.45	5.43	16.70	10.42	17.35	10.30
Pure Antipetistas	1.04	4.75	5.75	9.12	6.47	10.10	15.59
Other Partisan Antipetistas	4.21	10.30	10.94	4.15	8.99	5.30	5.01
Total	12.76	30.30	30.86	40.14	39.58	43.05	38.04

Comparando o *slide* anterior com este, você pode confirmar que entre 2/3 e 3/4 do total de partidários positivos e negativos são ou petistas ou antipetistas. Resta muito pouco para todos os outros partidos. Vocês devem saber que o 55 - o

PSD - tem 1% a 2% de partidários. Basicamente, o que a gente está dizendo aqui é que a coerência do sistema partidário, na cabeça do eleitor, gira em torno do PT nos últimos 20 a 25 anos.

A primeira parte eu já terminei - mostrar os dados, a quantidade de eleitores partidários. O próximo slide entra na segunda pergunta do livro. A gente sabe que uma reação comum a esses dados é a seguinte: questionar o real significado da simpatia partidária ou do antipartidarismo no Brasil. Eu mostro essa foto aqui (*figura 8*) porque eu sei que esses dois caras não questionam o significado real das suas atitudes partidárias. Mas a questão é para valer, porque 40% do eleitorado são milhões de brasileiros. Então, a questão é mesmo o que significa o petismo, o partidarismo pró ou contra um partido no Brasil. O que eu vou mostrar é a evidência de que as atitudes partidárias são reais, verdadeiras e importantes. No livro, apresentamos evidências de que petistas e antipetistas diferem na avaliação do desempenho da economia e de programas atrelados aos governos petistas. Essas diferenças, entretanto, parecem ser uma racionalização que segue a atitude partidária, a simpatia ou antipatia partidária pré-existente, e não uma causa dela. Quer dizer que a atitude partidária molda a avaliação da economia e cria um certo grau de hipocrisia nos dois lados. Eu vou explicar.

8

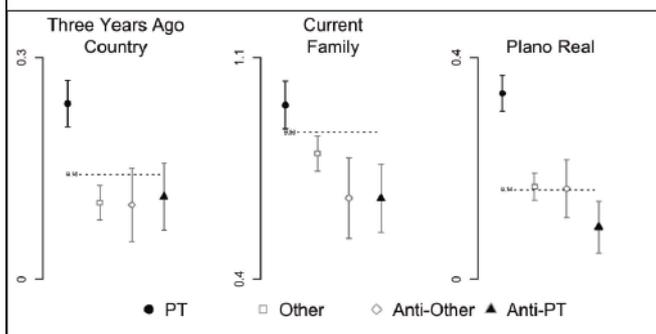
Is the Divide "Real"?



Olha esse *slide* aqui (*figura 9*): a avaliação da economia em 97. PT e anti-PT. Você pode focar no triângulo anti-PT e naquele pontinho, o PT. A variação mais alta nessa escala quer dizer que o grupo avalia que a economia está ruim. É uma avaliação em que zero quer dizer que anda bem. Então, em 1997 os petistas avaliam mal a economia. Qualquer pergunta - são três perguntas ali avaliando a economia e em cada situação os petistas avaliam mal a economia. FHC era presidente e na verdade a economia crescia 3% a 4% do PIB per capita naquele ano. Então a economia, na realidade, andava muito bem. Sim, claro, o petista vai negar que a economia vai andando bem.

9

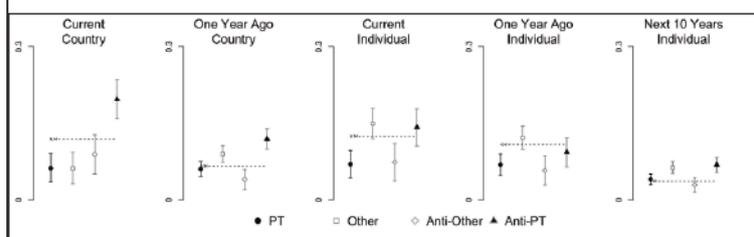
Evaluations of the Economy - 1997



Vamos trocar para 2010 e verificar que o inverso aconteceu (*figura 10*). Naquele ano, o PIB cresceu 7%. Como você pode verificar ali, os anti-petistas avaliam mal a economia. Os petistas - até os outros, que incluem os peemedebistas e os tucanos - avaliam bem a economia naquele ano. Isso é o que a gente chama de raciocínio moti-

10

Evaluations of the Economy - 2010



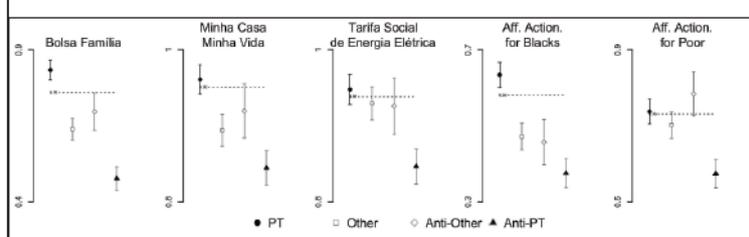
vado. Para partidários e antipartidários, a atitude partidária molda a interpretação dos fatos, entre aspas - eu vou colocar entre aspas o negócio do que é a realidade - porque para o partidário, a realidade não existe - é interpretada com uma lente de grau diferente por cada partidário.

Eu vou mostrar agora algumas atitudes em relação a algumas políticas públicas petistas, atreladas ao governo petista. Aí se pode verificar de novo que as diferenças entre petistas e antipe-tistas são em função do raciocínio motivado.

Uma coisa interessante é que, se você pergunta se tem um partido e a pessoa responde, sim, eu sou petista; ou: tem um partido que você não gosta? E a pessoa diz: eu não gosto do PT - essas duas pessoas concordam com uma questão da pesquisa: você apoia, por exemplo, a redistribuição de riqueza no Brasil? Essas duas pessoas, petistas e antipetistas, concordam, em princípio, com a questão redistribuição de riqueza, mas se você atrela a política a programas específicos, como você pode verificar nesse *slide* aqui (*figura 11*) - por exemplo, o Bolsa Família - o petista claramente aprova o programa da Bolsa Família, mas o antipetista não aprova esse programa, e é um programa de distribuição de renda, claro, como todos esses programas que tem a ver com essa questão de políticas públicas. Os petistas concordam - claro, é do governo Lula - e os antipetistas, não. Isso é, para mim, uma questão de raciocínio motivado. E no livro a gente mostra

11

Attitudes Towards PT Programs

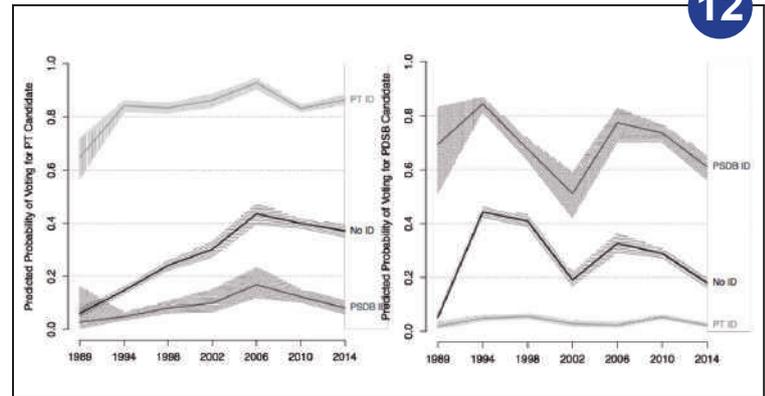


que esse raciocínio motivado acontece também quando o eleitor é indagado sobre corrupção. A corrupção significou muito, foi muito importante para antipetistas após a vitória do Lula, por exemplo. E o petista não quer admitir que a corrupção existe no governo Lula, claro. O petista faz a coisa invertida do antipetista: há menos corrupção nos governos petistas do que nos outros partidos. Para nós, isso é hipocrisia por todos os lados. Não só os petistas ou antipetistas fazem isso, todos os partidários fazem esse negócio de raciocínio motivado.

Agora vou passar para outro segmento. Outro tipo de evidência da importância das atitudes partidárias vem na questão do comportamento eleitoral. Tudo bem, pode ser que essas atitudes diferem entre petistas e antipetistas, mas na cabine a atitude presta ou não, na decisão do voto.

O que a gente tem aqui (*figura 12*) é a probabilidade, desde 1989, de petistas e tucanos, de votar nos candidatos, do lado esquerdo, do PT; e do lado direito nos candidatos, do PSDB. Você pode verificar que desde 1994, a probabilidade de um petista votar num candidato do PT é de mais de 80%. Para os tucanos, a probabilidade é um pouco menor, mas ainda é muito forte. É a mesma coisa que acontece, por exemplo, nos Estados Unidos. Um partidário democrata, por exemplo, a probabilidade de ele votar num can-

didato democrata é de 80%, 85% ou 90%, por aí. Quer dizer que o petismo tem muito a ver com o partidatismo existente em outros países. O tucanismo quase está lá, é menos forte, mas ainda tem peso.



Aqui (*figura 13*) tem uma evidência sobre os antipetistas. No quadro vermelho tem a probabilidade de o antipetista votar ou num candidato do PT ou num candidato do PSDB em cada ano da eleição. O que se mostra é que o antipetista quase nunca vota num candidato do PT, o que não surpreende ninguém, mas o interessante é mostrar aqui que também o antipetista não é um tucano. O antipetista pode até ter 50% de probabilidade de votar no candidato tucano, mas não é 80%, não é 90%. O antipetista vai para todos os lados, menos para o lado do PT. Mas a gente pegou assim para mostrar que o antipetista não é somente um tucano, porque quem conhece o Brasil de fora acha isso, geralmente.

Table 5.1: Vote Intention For PT and PSDB Candidates By Type of Respondent (1989–2014)

	1989		1994		1997		2002		2006		2010		2014	
	PT	PSDB												
PT	47.5	5.7	72.8	3.0	66.6	10.6	85.8	3.1	82.9	4.0	76.3	5.8	79.5	4.2
PSDB	4.7	50.0	20.8	37.5	3.1	74.8	20.4	53.8	11.7	53.4	10.3	70.3	5.2	71.8
PMDB	3.2	4.3	22.2	11.5	13.7	37.8	36.5	39.1	24.4	21.1	37.5	41.3	24.7	46.1
Anti PT	0.0	15.4	3.2	15.8	2.2	53.6	15.1	43.8	4.4	42.4	14.9	48.5	18.2	40.1
Non Partisan	3.5	3.6	17.8	8.2	15.5	34.2	52.4	17.3	36.4	16.2	43.1	25.8	42.2	29.1

The columns in each each refer to the candidates of the PT and the PSDB. The rows refer to the type of respondent, according to her party identification. See Appendix 2.B for details of the surveys used.

13

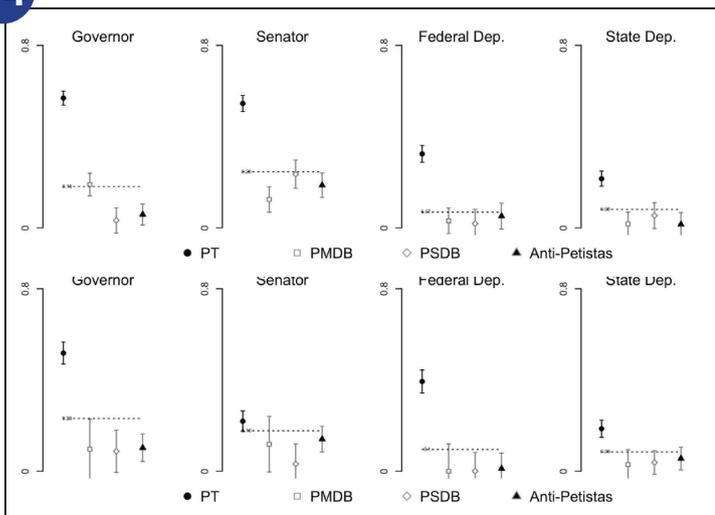
O que a gente fez foi tirar dados de várias pesquisas, desde 2002, para mostrar a probabilidade de voto dos petistas. Esta é de 2002 (figura 14), esta é de 2014 (figura 15) e a outra (figura 16) para os outros cargos - governador, senador, deputado federal e deputado estadual.

O que se mostra ali é a grande diferença que o petismo faz na probabilidade de voto nos candidatos petistas. Isso é importante porque, para a gente, metodologicamente, é muito difícil tirar as situações em que o PT nem tem candidato. A gente jogou tudo junto e mesmo assim achamos um resultado assim, em que se pode verificar que o pontinho do PT fica muito mais

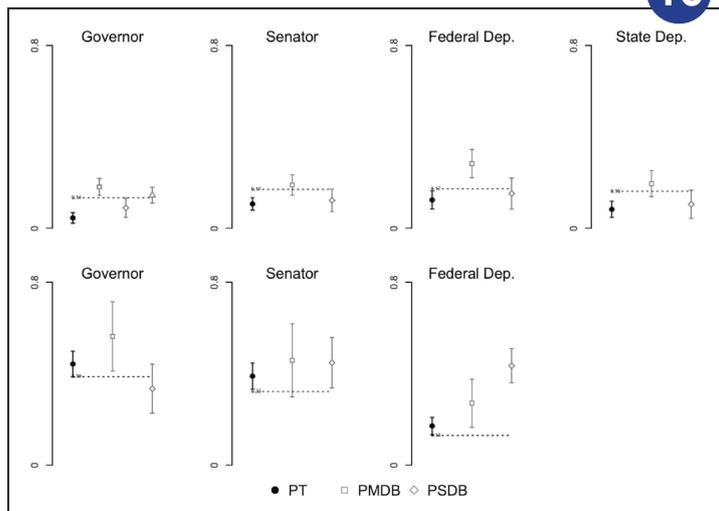
acima. Isso quer dizer que a atitude partidária tem um peso enorme na decisão do voto, mesmo para deputado federal. Não é enorme nesse caso, mas faz uma diferença. O petista vota em candidatos petistas.

Isso é muito menos consistente para os tucanos. Olha ali embaixo, aquele diamantezinho: para o PSDB, não faz grande diferença para governador nem para senador. É estranho no caso dos tucanos, faz uma pequena diferença para deputado federal ou estadual, mas é um resultado inconsistente. Como na outra evidência que eu mostrei, a atitude partidária tucana é menos importante na cabeça do eleitor do que o petismo.

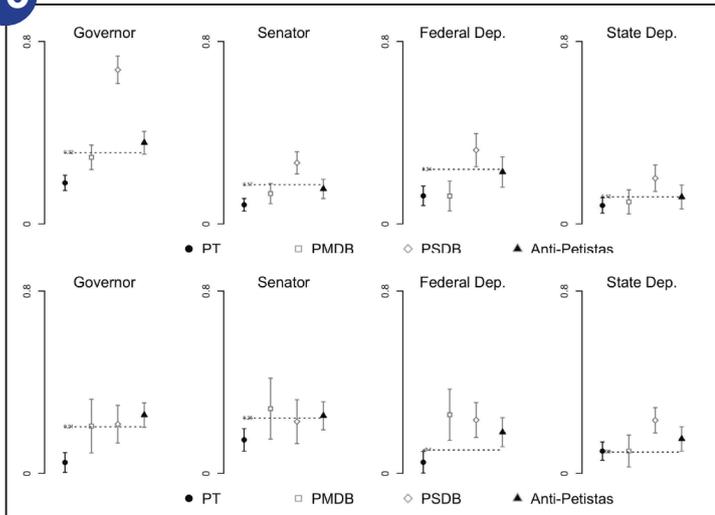
14



16



15



Agora, eu vou pular para o próximo slide (figura 17) e vou para a parte final. Essa é a pergunta que fica, e eu acho que vou frustrar vocês.

What Divides Petistas and Antipetistas?

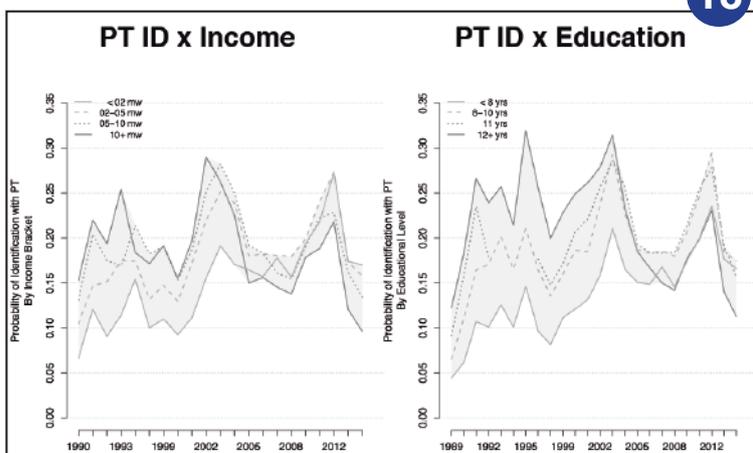
17



Porque a gente ficou frustrada: o que divide o petista do antipetista? O pensamento convencional sobre isso acho que foi criado pelos petistas. O petista diz: somos o Partido dos Trabalhadores, somos os trabalhadores das classes média e baixa, e os antipetistas são todos da elite, ricos e conservadores. Esse é o pensamento convencional que a gente está questionando e investigando. O que eu vou mostrar e dizer para vocês é que isso não é verdade.

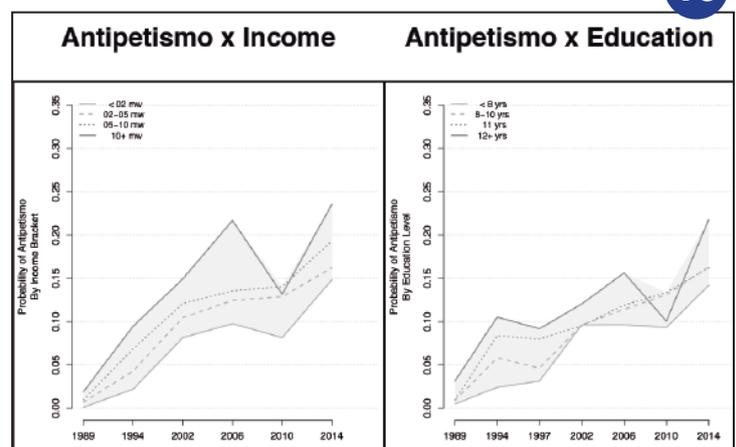
Vamos para os próximos slides. O interessante aqui é que este slide (figura 18) mostra a possibilidade de o entrevistado se declarar petista, cruzado com renda e escolaridade. O que isso mostra é que em 1990 era assim - os que tinham mais renda ou mais escolaridade tinham uma maior probabilidade de se declarar petistas, mas ao longo do tempo os pobres estão crescendo e a probabilidade de um pobre se declarar petista estava crescendo e atravessou a linha dos mais ricos. Não houve um realinhamento em que 90% dos pobres agora são petistas e nenhum por cento dos ricos é petista, mas é mais diversa. O PT não é somente um partido de pobre nem da classe média, tem petistas em todas as classes sociais.

18



Este (figura 19) é para antipetismo - renda e escolaridade. É a mesma coisa. Essas linhas mostram a probabilidade declinante ao longo do tempo, mas mostra que, sim, os brasileiros mais ricos têm maior probabilidade de se declarar antipetistas, mas mesmo assim tem muito pobre que também é antipetista. Isso para mim é outro quebra-cabeça. E por quê? Porque não existe uma divisão clara socioeconômica entre petistas e antipetistas. Eu acho interessante: se não é renda, o que é?

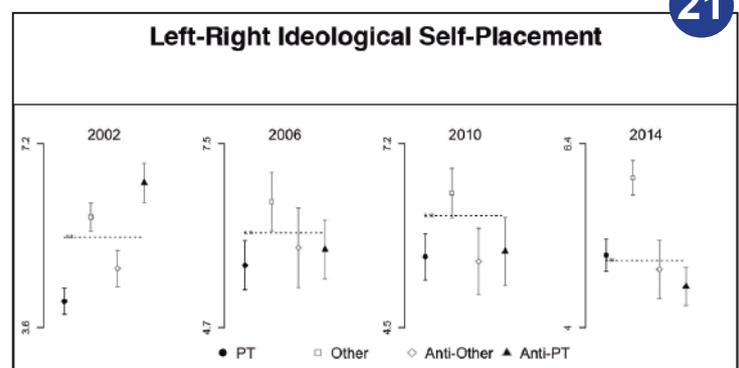
19



RUBENS FIGUEIREDO: Quando cresce o antipetismo entre os pobres? É mais recentemente?

DAVID SAMUELS: Também. Cresce em todos os grupos, claro, porque é uma reação ao governo Lula e ao governo Dilma, né? Este slide aqui (figura 21) mostra respostas a uma pergunta da pesquisa sobre ideologia - direita e esquerda -

21



pensamento convencional, de novo. O petista é esquerdista e o antipetista é da direita. A gente assume isso em 2002, verdade, mais para baixo, é esquerda, mais para cima é direita, nessa escala ali, mas desde 2006, você pode verificar, não existe diferença entre petista e antipetista na questão da ideologia, esquerda ou direita. Eu achei muito estranho isso, mas é outro quebra-cabeça para a gente.

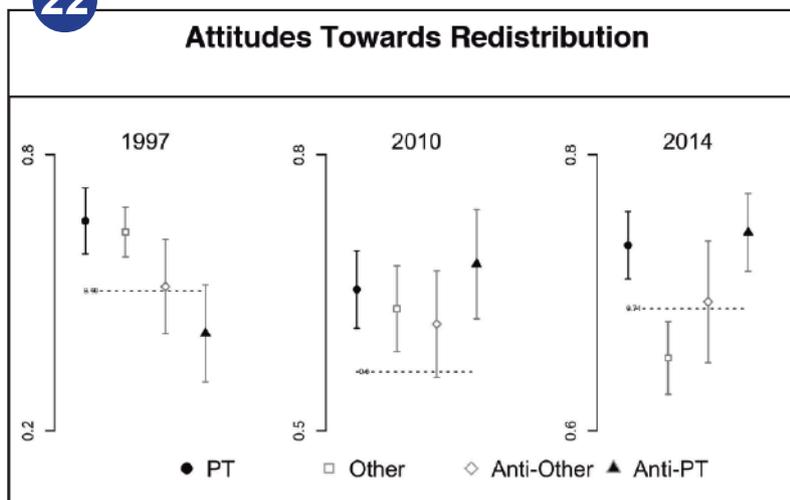
Mas vamos em frente. (figura 22) Redistribuição, eu mencionei isso. Em 2010 e 2014 também se pode confirmar: não existe diferença entre petistas e antipetistas sobre a questão de redistribuição de renda. Também é interessante.

Próxima questão, aborto (figura 23): até 1997, o antipetista era mais liberal na questão do aborto e em 2014 não existe diferenças sobre essa questão de liberação do aborto no Brasil. Não existe diferença entre petistas e antipetistas. Direito dos homossexuais e atitudes (figura 24): nessa questão social também, desde 1997, quase não existem diferenças entre os dois grupos. Isso quer dizer que o petista pode ser um liberal, socialmente falando, mas os antipetistas também. Não existe diferenças claras nesse sentido, pelo menos nos dados das pesquisas. Isso é uma amostra nacional.

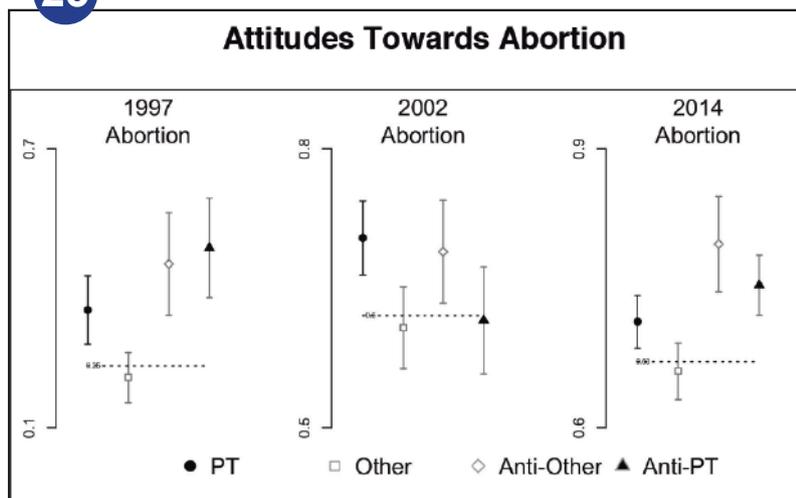
RUBENS FIGUEIREDO: Essa pergunta da direita e esquerda é do Datafolha?

DAVID SAMUELS: Mesma pergunta do Datafolha, que é uma questão bastante debatida aqui no Brasil porque metade do eleitorado não entende o que significa. Mas já que o partidário é mais escolarizado em geral e entende um pouco de política, acho que dá um pouco mais de sentido, as pessoas entendem mais o que significa direita e esquerda, os partidários e não-partidários.

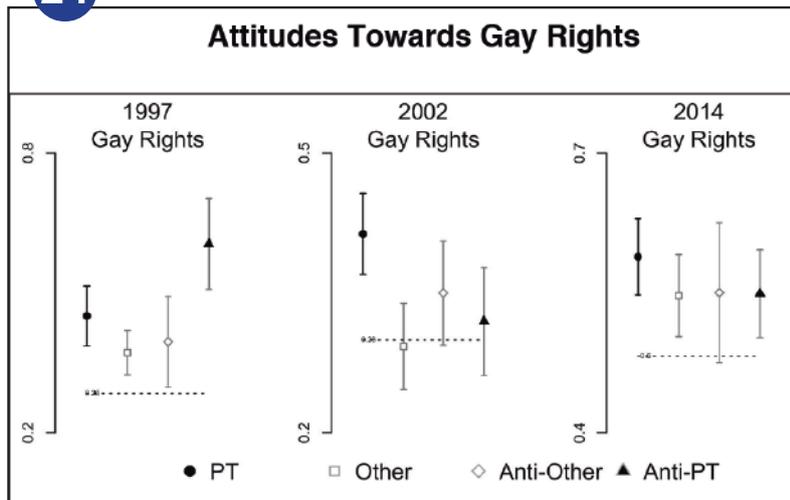
22



23

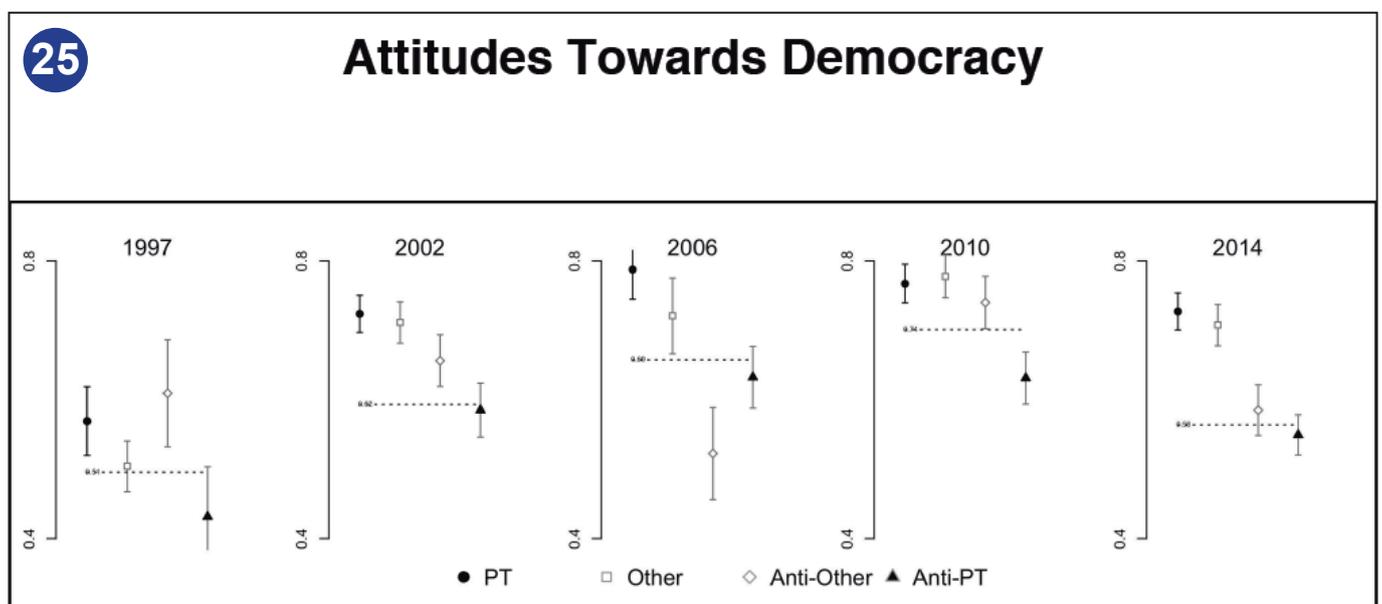


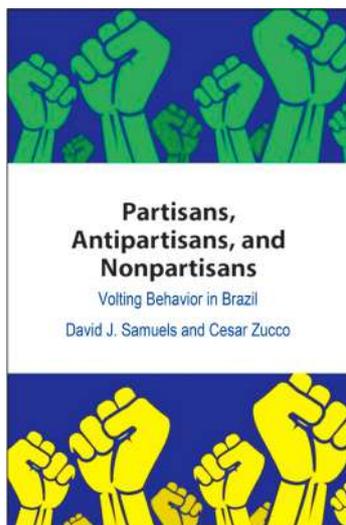
24



Estou chegando ao fim. Tem mais um slide aqui (*figura 25*). Era uma das únicas perguntas em que a gente achava uma diferença mais ou menos consistente: atitude sobre democracia. Na verdade, eu e o César, meu colega, ficamos coçando as nossas cabeças tentando decifrar esse enigma para a gente: qual a diferença entre os petistas e os antipetistas? Parte do problema para nós, como cientistas políticos, é que as pesquisas têm um limite de perguntas. O entrevistado fica muito aborrecido após uns 30 minutos de perguntas sobre política. “Pelo amor de Deus, tenho que voltar para casa, jantar”. A gente não pode ir muito fundo nas questões sobre ideologias, políticas públicas ou atitudes. O segundo problema para nós é que ninguém inventou uma máquina do tempo. “Ah, se eu tivesse um milhão de dólares eu concentraria nisso”. Ou eu voltaria para 1995, para fazer essas perguntas extras ao eleitorado brasileiro, indo mais fundo sobre as atitudes políticas. Mas já que a gente não pode fazer isso e elas não estão incluídas nas pesquisas mais recentes, nem perguntas relevantes para nós, a gente ficava com essa aqui que mostra que o petista em geral tem uma

resposta mais positiva à pergunta na pesquisa que diz o seguinte: você acha que a democracia é sempre a melhor forma de governo? Mais ou menos assim. A resposta do antipetista não é que é negativa, mas é menos positiva, vamos dizer. É um grupo menos positivo em relação à democracia. E isso é mais ou menos consistente ao longo do tempo aqui. No livro apresentamos mais evidências reforçando essa tese. E basicamente a gente diz o seguinte: o petista gosta da democracia porque enxerga nela a probabilidade de mudança social, na visão do PT. Você pode se opor ou não a essa visão, mas o PT acha que a democracia serve para fazer mudança social. Não vou entrar no mérito da questão, mas é a crença histórica do partido. Eu não sei se o antipetista tem essa visão tão positiva porque ele se opõe a essa visão petista de mudança social, tem outras visões de mudança para o Brasil. Eu não sei se isso está certo e, para falar a verdade, não tem nenhuma evidência para apoiar essa tese, mas para mim, como brasilianista, isso faz sentido, mais ou menos, dada a história do PT, dado o fato de que o antipetismo cresceu com o crescimento do PT. É





uma reação ao crescimento do PT, uma oposição ao PT. Não existe o antipetismo sem o petismo, claro. Então, eu acho que as ideias do PT têm a ver com a democracia e as ideias antipetistas têm a ver com oposição a qualquer coisa que o PT apoie. Mas isso eu deixo para os alunos da pós-graduação irem a campo fazer mais entrevistas e verificar - ou não.

Bem, eu vou terminar agora dizendo que para nós, os acadêmicos, comprovar a importância das atitudes partidárias é importante, porque dá uma visão sobre como interpretar o comportamento eleitoral no Brasil. Não é somente contar os partidários no Brasil, que eu acho importante, mas a coisa mais importante é ressaltar que os benefícios que o político traz para a comunidade, ou as qualidades pessoais dos candidatos, ou mesmo a performance do governo são fatores importantes na decisão do voto do eleitor - eu posso dizer que esses fatores são endógenos às atitudes partidárias, positivas ou negativas. Quer dizer que a opinião do eleitor sobre qualquer questão política é em função das suas atitudes partidárias. A opinião pública não existe mesmo para os partidários, porque a opinião pública não pode ser considerada exógena da atitude partidária. Isso para mim

é uma nova visão de como interpretar o comportamento eleitoral no Brasil. Temos que, primeiro, levar em conta as atitudes partidárias para entender a opinião pública. Eu vou terminar por aqui. Obrigado.



ROGÉRIO SCHMITT: Antes de passar a palavra para o Rubens Figueiredo eu gostaria de corrigir uma indelicadeza: eu não mencionei o nome do César Zucco, que escreveu o livro junto com o David. O César é brasileiro, professor da Fundação Getúlio Vargas no Rio de Janeiro. O livro, na verdade, foi escrito a quatro mãos.

DAVID SAMUELS: Isso me dá um pouco mais de credibilidade.

ROGÉRIO SCHMITT: Porque não é só um gringo falando do Brasil. Tem um cúmplice brasileiro. Rubens, a palavra é sua.

RUBENS FIGUEIREDO: David, eu confesso que fiquei muito intrigado com a sua apresentação pelo que ela traz de novidades. Eu acho que nessa ideia de polarização houve um recrudescimento de uns tempos para cá, principal-



mente acho que campanha de 2014 foi muito polarizada. Eu acho que a intensidade dessa polarização aumentou. É mais ou menos assim: um partidário da reforma da Previdência Social não vai para a rua com um cartaz, mas quem é contra, vai. E a intensidade de quem é contra é muito maior que a intensidade de quem é a favor. E o PT e o Lula são fenômenos de comunicação. Numa das primeiras campanhas era assim: “Eu sou PT, o resto é burguês”. Então, o PT sempre fez questão de fazer o “nós contra eles”. Eu acho que eu já contei aqui uma cena que eu presenciei no aeroporto de Goiânia. Eu estava esperando o voo e tinha um rapaz que ia trabalhar em *startup* falando alto e andando de um lado para o outro na sala de embarque. E aí uma senhora que estava sentada ao lado do marido falou assim: “Você largue de ser mal-educado e fale mais baixo, porque está me incomodando”. E o rapaz falou assim: “Só a senhora

está incomodada”. Eles começaram a discutir, o tom foi aumentando e o palavreado foi ficando um pouco mais indelicado até que uma hora ele falou assim para ela: “Você é petista”. E saiu. E o marido, que até então estava impassível ali do lado, falou: “Peraí, petista não”. E foi tomar satisfação. Isso para ilustrar a intensidade dessa polarização. Quando você falou que em 1997 os petistas avaliavam mal a economia, mas a economia ia bem, e em 2010 os antipetistas avaliavam mal a economia e ela ia melhor ainda, tem um componente de racionalidade.

Mas acho que a intensidade da polarização aumentou e talvez isso seja interessante a gente levar em conta. Eu fiz muita pesquisa qualitativa, e o seu trabalho é muito em cima de pesquisa quantitativa. Em 2006, quando o Lula tinha acabado de passar por aquele episódio do Mensalão, durante a campanha nós fizemos

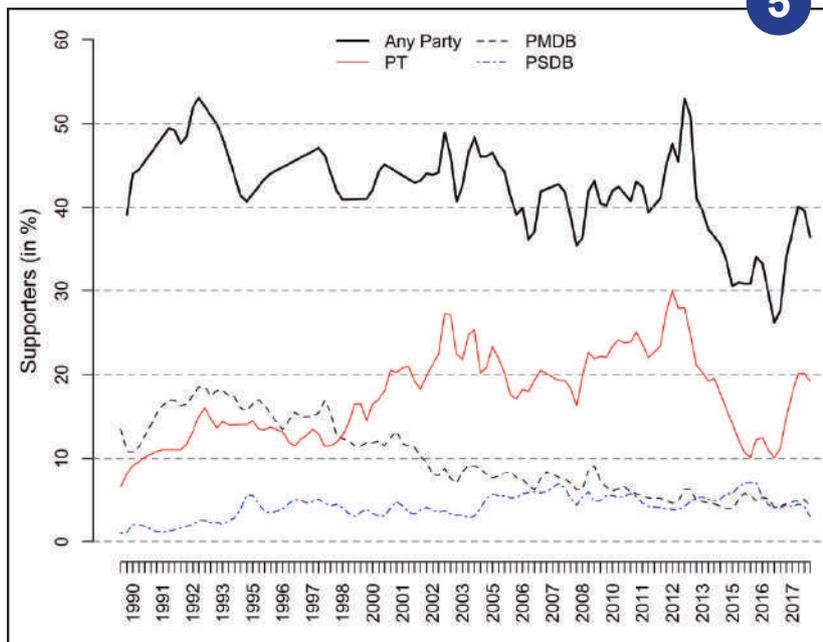
muitos grupos de discussão em que as pessoas conversavam sobre isso. E o petista argumentava muito assim: “Olha, com o Lula realmente tem corrupção”, ao contrário do que ele fala na pesquisa quantitativa, “mas a minha vida melhorou”. Então, acho quem tem um componente econômico, de bem-estar social que influencia muito esse período histórico que você analisa. Quer dizer, se o Lula permitiu que eu comprasse minha TV de tela plana, ou meu celular, ou financiasse meu carro, ele poderia fazer o que ele quisesse do ponto de vista de corrupção. E você falou também que o perfil do eleitor petista mudou e isso é verdade. Em 1989, o candidato dos pobres era o Collor - o André Singer mostra isso num livro dele - e o candidato da classe média para cima era o Lula. E isso inverteu. Tanto é que você fala numa certa altura de sua apresentação que hoje o eleitorado menos escolarizado, com menos renda, cresceu quando se analisa o total do eleitorado do PT. E só para terminar, nós passamos por uma monumental crise de credibilidade das instituições depois de 2013. Então, nesse período em que você abarca aí, nós tivemos em 2013 as manifestações, em 2014 uma eleição muito polarizada, depois veio o impeachment, a Lava Jato, então o País está muito turbulento. De qualquer maneira, estou muito curioso para ler o seu livro.

DAVID SAMUELS: A gente estava brincando ali - “ler não, você tem de comprar o livro”

RUBENS FIGUEIREDO: Eu vou comprar dois. Mas de qualquer maneira estou curiosíssimo para ler com mais vagar, porque realmente é um estudo muito interessante que vai na contramão do que a maioria dos analistas acham que é o papel dos partidos.

ROGÉRIO SCHMITT: Você vai fazer um comentário ou posso abrir para as perguntas?

DAVID SAMUELS: Uma resposta pequena em relação ao Datafolha. Você mencionou o efeito do crescimento econômico no crescimento do petismo. O interessante é verificar aqui (figura 5) que o Lula entrou em 2003. E em 2003 o petismo caiu, antes do Mensalão, porque a economia não ia bem, mas o importante é observar o crescimento do petismo antes de Lula entrar no governo. Estava crescendo. Até 2003 o petismo estava crescendo, dentro do governo e fora do governo. Eu acho interessante. Claro que tem a ver, mas também o crescimento do PT tem a ver com os esforços do PT para se espalhar país a fora. Acho que fez diferença o governo Lula, mas também fez diferença o que o PT realmente fez como organização.



5

RUBENS FIGUEIREDO: Sem dúvida.

ROGÉRIO SCHMITT: Bem, então vamos ouvir as perguntas da plateia.



LUIZ ALBERTO MACHADO: Embora você mostre a importância da atitude partidária, a gente percebe, no exercício do dia a dia da política no Brasil, que não existe muita coerência entre as ações dos políticos, tanto no Executivo quanto no Legislativo, com os programas partidários. Também não existe - isso diminuiu provavelmente nos últimos tempos - uma pretensa ideologia dos partidos. Ou seja, na prática, os partidos brasileiros não são nem ideológicos nem programáticos. Embora os programas possam dizer alguma coisa, os seus integrantes ou seus representantes no Executivo e no Legislativo não dão a menor bola para os programas e eles tomam decisões muito mais em função do aspecto pessoal ou da conjuntura. Esse fenômeno de partidos que não são nem programáticos nem ideológicos, ou de políticos que não respeitam partidos nem programas ideológicos, também se observa fora do Brasil ou é um fenômeno brasileiro?

DAVID SAMUELS: Boa pergunta. Existem pesquisas sobre a consistência dos partidos, entre o que eles falam e o que eles fazem, e a conclusão é que é normal que os partidos falem uma coisa e façam outra coisa. Existem alguns países, como a Dinamarca, em que o partido

eleito tenta implementar o que seus candidatos disseram que iam implementar. Mas o partido que faz o primeiro-ministro também tem que fazer uma coalizão. Então, se o partido diz: vamos implementar um novo sistema de seguro-saúde. O parceiro dele na coalizão pode dizer não, não vamos fazer isso, não. Então não tem como referendar. Então, é normal um partido dizer uma coisa e fazer outra. Mas no Brasil me parece que você tem razão. Nenhum dos partidos consegue implementar o que prometeu. Mas tem casos à parte. O Fernando Henrique conseguiu dizer: eu vou arrumar a economia. E ele arrumou a economia. O Lula disse: eu vou expandir os programas de renda para os pobres e fez isso. Mas eu acho que os partidos brasileiros não são, como se diz em latim, *sui generis*, ou tão diferentes de outros partidos.



MARCOS ANTONIO MOREIRA: Boa tarde. Sou presidente do Conselho Regional de Economia de Alagoas, uma região totalmente diferente de São Paulo. Por exemplo: o Lula, se fosse candidato hoje, teria 65% dos votos de lá. E no Nordeste. Mas ele não transmite isso para suas bases, ele não consegue eleger proporcionalmente a quantidade de deputados estaduais

e federais. Então. É um fenômeno tipicamente de liderança pessoal. Outra coisa: em qualquer Estado do país, se eleger para qualquer mandato hoje, vereador, deputado ou senador - vamos ser claros e objetivos - depende do capital financeiro. Se não tiver isso não se elege, é ilusão completa em qualquer região do país. O professor fez também uma colocação muito boa: a transferência do capital político do Lula da região Sudeste e seus intelectuais para o Nordeste, onde Lula passou a ter esse capital na população mais pobre e perdeu o capital político dele na região mais desenvolvida. Então, essa minha colocação é só para complementar a colocação do professor, esse fenômeno da descentralização do PT para as regiões mais pobres, onde o programa Bolsa Família até hoje o mantém. Para o senhor ter um exemplo da miserabilidade do Nordeste, no Estado de Alagoas 92% da população têm renda familiar de menos de R\$ 4.500,00 - ou seja, menos do que o auxílio moradia de um juiz de Direito. Hoje nós temos lá um desemprego de quase 20%. Eu já fui presidente de partido político - e o Machado fez uma colocação interessantíssima - e, antes da eleição se faz uma coligação de 10 ou 15 partidos, fazem um programa, tudo bem... e depois da eleição ninguém se reúne pra nada. Todos os partidos que participaram da coligação são descartados. E essa é uma realidade no processo político brasileiro.

DAVID SAMUELS: É uma colocação interessante. Nós temos um modelo estatístico que estima a probabilidade do número de petistas em cada município do Brasil conforme a existência e atuação de entidades e organizações da sociedade civil em cada município. E isso com o PMDB não existe. Nem com o PSDB também, cujo tamanho não tem nenhuma relação com a

quantidade e atuação de organizações da sociedade civil.

RUBENS FIGUEIREDO: Quanto mais organizada, mais petista.

DAVID SAMUELS: Mais organizada, mais petista. A colocação é interessante. O PT se expandiu pelo País inteiro nos últimos 15 anos, mas só teve efeito ou cresceu bastante onde existe essa organização.



HELIODORO SÁ: Boa tarde. Eu sou frequentador aqui do Espaço Democrático. Professor David, nos ajude, ou a mim, principalmente: qual o perfil de presidente que os brasileiros deverão eleger em outubro? Um encantador de serpentes para unir a nação? Um partidador de pão que divida a renda? Ou um quebrador de garrafas que assustará a nação?

DAVID SAMUELS: A sua pergunta é importante, mas eu realmente não gosto de responder à pergunta sobre quem deve se eleger. O Brasil está numa crise, tem que eleger alguém que reúna todos os grupos, que tenha capacidade de governar numa coalisão ampla. Quem sai eu não sei, o problema é que

o país está polarizado, igual no meu país. Está muito difícil no mundo inteiro - e graças a Deus a economia lá nos Estados Unidos vai bem, mas aqui não, o que fica mais difícil ainda. O que eu acho que vai passar é diferente do que penso que deve passar - e eu concordo com o cientista político Alberto Almeida: é provável que irão para um segundo turno o PSDB e o PT, de novo. Eu acho que é provável. Se fosse para apostar dinheiro, eu apostaria nisso. Eu acho que esse jogo do Alckmin de tentar juntar grandes figuras numa coalizão ampla pode render votos, porque rende tempo de TV e dinheiro. Do lado do PT, se em Alagoas 65% da intenção de votos são para o Lula, a questão é se ele pode transferir votos para o Haddad, ou outro candidato - o Haddad hoje. A minha aposta - não tenho bola de cristal, se tivesse seria um bilionário - é que Lula não pode transferir 95% de seus votos, mas também não serão somente 5%. Vou apostar em 50%. Eu acho que o candidato petista vai para o segundo turno. A margem de erro nesse lance é grande, mas é isso o que eu acho.



ROBERTO MACEDO: Eu também trabalho aqui no Espaço Democrático, sou consultor de Economia. Com sua experiência de análise política do Brasil, o que você acha dessa estratégia do PT de ficar insistindo com o Lula até a

última hora. Eu acho que o PT deveria se chamar PL, Partido do Lula. Não tem nada de filosófico, é uma coisa bem pessoal. Se o Lula tivesse um acidente, acabava com o PT por alguns anos. É um personalismo que ocorre em alguns países na América Latina, mas aqui está sendo levado ao extremo, porque inclusive a pessoa está presa.

DAVID SAMUELS: Eu discordo um pouco dessa colocação. No seguinte sentido: nem todo lulista é petista, mas todo petista é lulista. Então, não tem petista que não vote no Lula. E hoje tem 20% a 25% do eleitorado que é petista. Eu acho que o PT fica com o Lula até o fim porque sabe que nem todo lulista é petista. Bem, o PT poderia ser até maior, ter 45 ou 50% dos votos, mas não é, e o PT sabe que precisa do nome do Lula para atrair votos e tentar transferir os votos. Eu acho que os líderes do PT sabem que 20% o partido consegue, mas precisa, para garantir o segundo turno, de uns 30%. Então, é ficar com Lula até o final porque o Haddad precisa falar o nome dele, criar propaganda dizendo: "O voto em Lula é um voto em mim. Votem no partido, votem em mim porque eu sou o Lula, porque eu sou o candidato do Lula". Isso é o que vai aparecer no horário eleitoral político. Não vai ser o Haddad fazendo campanha, mas "o Lula está com Haddad", para misturar esse negócio do apoio orgânico dos petistas a qualquer candidato do partido. Sem Lula acho que o PT consegue uns 20%, mais ou menos, mas eles precisam de mais. O partido tem dinheiro, mas o recurso com mais valor é o nome do Lula. Não tem substituto na política brasileira, o dinheiro não pode comprar reconhecimento e reputação.

RUBENS FIGUEIREDO: E o segundo turno, vai ter mais petistas ou mais antipetistas?



MAS O ELEITOR NÃO PENSA ASSIM. ELE PENSA EM QUEM ESTÁ NO PODER HOJE: “O PROBLEMA É DELE, É O GRUPO DELE”. ELEITOR NÃO PENSA NA SEQUÊNCIA HISTÓRICA, INFELIZMENTE”.

ROGÉRIO SCHMITT: Essa é outra pergunta de um milhão de dólares.

DAVID SAMUELS: Bom, o que eu estou dizendo é o seguinte: este ano vai ser muito difícil ser candidato da situação, não é?

RUBENS FIGUEIREDO: Impossível.

DAVID SAMUELS: Então eu acho que o PT leva vantagem para o segundo turno, por causa disso, por causa da economia, do governo Temer, que é detestado pela população.

RUBENS FIGUEIREDO: Mas o candidato do presidente Temer é o Henrique Meirelles.

DAVID SAMUELS: É, mas para o PSDB, para o Alckmin, vai ser impossível entrar num debate com o Haddad, por exemplo, tentando dizer: “Esse governo não é o meu governo”. O candidato petista pode dizer: “Verdade? É mentira, todo mundo sabe que eles votaram pelo impeachment”. Já o Alckmin pode dizer: “Eu pessoalmente não votei pelo impeachment, eu pessoalmente não sou nem estou nesse governo”. Mas o candidato petista pode dizer: “Esse governo é do seu partido, é do seu grupo. Se você quer mudança, vote em mim. Se gosta da situação, tudo bem, vota nele”.

ROBERTO MACEDO: Mas Alckmin pode dizer que quem elegeu o Temer foi o PT.

DAVID SAMUELS: Também. Mas o eleitor não pensa assim. Ele pensa em quem está no poder hoje: “O problema é dele, é o grupo dele”. Eleitor não pensa na sequência histórica, infelizmente.

LUIZ ALBERTO MACHADO: E o Temer não



conseguiu passar para o eleitor que ele tirou o país de uma recessão que o PT criou.

MÁRIO LEWANDOVSKI: A propósito da evolução de petistas e antipetistas em relação a diversos pontos particularmente polêmicos, gostaria de saber até que ponto a posição deles foi impactada pelas coligações partidárias que foram sendo formadas ao longo de várias eleições. Porque mudou bastante o perfil da base de apoio do PT durante esse tempo todo. O PT tinha um perfil mais à esquerda lá atrás.

DAVID SAMUELS: Eu acho que nos anos 80/90, em 95 ou 1998, o petista era da esquerda, mas ao ganhar municípios e Estados as pessoas mais engajadas com o partido se tornaram mais pragmáticas, com tudo o que acompanha o pragmatismo político - joga-se fora a ideologia, os compromissos ideológicos. E isso teve reflexos no petista mais de rua, vamos dizer

assim, no eleitor médio do PT, que virou mais pragmático: “Ah, sim, eu gosto desse partido mas não tenho compromisso ideológico, posso ser de centro...”

LUIZ ALBERTO MACHADO: Isso explica também a saída dos mais radicais, que foram para o PSOL.

DAVID SAMUELS: Claro.

MARCOS ANTONIO MOREIRA: Eu tive acesso recentemente a três pesquisas feitas na minha região Nordeste. O fenômeno Bolsonaro hoje começa a chegar na classe média e era uma coisa que estava mais restrita. E a classe média somos nós lá, que temos nossa empregada, motorista, e fazemos a cabeça deles. Então, hoje, se o Lula não for candidato, o Bolsonaro dispara nos Estados do Nordeste, principalmente Alagoas. E na classe média, hoje, ele já começa

a ganhar. É um fenômeno que a gente não sabe explicar, professor, a classe média começa a adotá-lo, mesmo com todos os problemas dele, sem tempo de televisão, sem programa, sem nada.

DAVID SAMUELS:
Interessante...

ROGÉRIO SCHMITT: Muito bem, encerramos aqui. Eu agradeço a participação da plateia e das pessoas que estão acompanhando pelo Facebook. E agradeço especialmente ao professor David Samuels. Até o próximo Encontro Democrático.



Foto: Ricardo Stuckert

Presidente

Guilherme Afif

1º Vice-presidente

Vilmar Rocha

2º Vice-presidente

Alfredo Cotait Neto

Secretária

Alda Marco Antonio

Diretor Superintendente

João Francisco Aprá

Conselho Superior de Orientação

Presidente - Gilberto Kassab

Guilherme Afif

Omar Aziz

Raimundo Colombo

Otto Alencar

Claudio Lembo

Ricardo Patah

Vilmar Rocha

Guilherme Campos

Robinson Faria



Fundação para Estudos e Formação Política do PSD

ENCONTROS DEMOCRÁTICOS - Coleção 2018 - "Partidarismo e eleição"

ESPAÇO DEMOCRÁTICO - Site: www.espacodemocratico.org.br Facebook: **EspacoDemocraticoPSD** Twitter: **@espdemocratico**

Coordenação - Scriptum Comunicação - Jornalista responsável - Sérgio Rondino (MTB 8367)

Projeto Gráfico - BReeder Editora e Ass. de Com. Ltda - Marisa Villas Boas - Fotos - Scriptum e Shutterstock



www.espacodemocratico.org.br

