

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE POLÍTICA SEGUNDO POSICIONAMENTO POLÍTICO NA CAMPANHA ELEITORAL DE 2006

João Fernando Rech Wachelke*
Isabel Cristina Hammes#

RESUMO. O presente estudo visou caracterizar o espaço político brasileiro durante a campanha de eleições presidenciais e estaduais de 2006. Foram investigados os princípios organizadores das representações sociais de participantes de grupos de posicionamento político sobre política. Um total de 1051 participantes respondeu a um questionário disponibilizado na internet contendo itens sobre participação eleitoral e posicionamento político e escreveram até 7 palavras ou expressões induzidas pelo termo política. Foi realizada uma análise de correspondências, comparando-se as representações de participantes sem orientação política ou alinhados com posições de esquerda, direita ou centro. Foram retidos dois fatores. O primeiro princípio organizador contrapôs uma política eficiente a uma política corrupta e falida. O segundo princípio organizador consistiu na oposição clássica entre esquerda e direita. Os resultados ilustram a determinação da ancoragem das representações pelas posições políticas e indicam a possibilidade de conceber o espaço político como um campo representacional.

Palavras-chave: Representações sociais, política, comportamento eleitoral.

SOCIAL REPRESENTATIONS ON POLITICS ACCORDING TO POLITICAL POSITIONING IN THE 2006 ELECTORAL CAMPAIGN

ABSTRACT. The present study aimed at describing Brazilian political space during 2006 presidential and state elections. The organizing principles from political positioning groups' representations on politics were investigated. A total of 1051 participants answered to a questionnaire that was available on the internet, which contained items about electoral participation and political positioning and wrote up to 7 words or expressions inducted by the word politics. Correspondence analyses were carried out, comparing the representations of participants without political positions or aligned with left-wing, right-wing and center positions. Two factors were retained. The first organizing principle opposed effective politics to corrupt and broken politics. The second organizing principle consisted of the classical opposition between left-wing and right-wing. Results illustrate the determination of representations' anchoring by political positions and indicate the possibility of conceiving the political space as a representational field.

Key words: Social representations, politics, electoral behavior.

REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE POLÍTICA SEGÚN LA POSICIÓN POLÍTICA EN LA CAMPAÑA ELECTORAL DE 2006

RESUMEN. El actual estudio tuvo el objetivo de describir el espacio político brasileño durante las elecciones presidenciales y de estado de 2006. Los principios organizadores de las representaciones sociales de los grupos políticos sobre política fueron investigados. Un total de 1051 participantes respondió a un cuestionario que estaba disponible en la Internet, que contuvo cuestiones sobre la participación electoral y la posición política y los pidió 7 palabras o expresiones evocadas por la palabra política. Los análisis de correspondencia fueron realizados, comparando las representaciones de participantes sin posiciones políticas o alineados con posiciones izquierdistas, de derecha y centro. Dos factores fueron retenidos. El primer principio de organización opuso política eficaz y política rota y corrupta. El segundo principio de organización consistió en la oposición clásica entre izquierda y derecha. Los resultados ilustran la determinación del anclaje de las representaciones por las posiciones políticas e indican la posibilidad de concebir el espacio político como campo de representaciones.

Palabras-clave: Representaciones sociales, política, comportamiento electoral.

* Mestre em Psicologia, Doutorando em Psicologia Social pela Università degli studi di Padova.

Psicóloga, docente da Universidade Federal de Santa Catarina.

O comportamento político é um fenômeno ligado à participação individual e coletiva a respeito das organizações que gerenciam aspectos de poder nas sociedades. Segundo Sandoval (1997), trata-se de um campo que conjuga dimensões acerca da individualidade ou coletividade dos atores sociais, o grau de formalização dos espaços de participação e determinantes de ordem mais psico ou sociológica. O termo comportamento político abarca uma diversidade de fenômenos multidisciplinares cujos contornos em áreas do conhecimento são evidentemente traçados pelos pesquisadores.

Um dos aspectos de maior interesse desse amplo campo de interesse das ciências sociais refere-se ao comportamento eleitoral (Torres, Lima & Costa, 2005), que abrange o comportamento mais específico de votar. Pesquisas vêm apontando que a escolaridade dos cidadãos é um fator importante de influência do comportamento eleitoral. Elkins (2000) verificou em levantamento bibliográfico que o aumento da escolaridade está associado ao aumento do interesse político e dever cívico, variáveis ligadas à participação política. Outros estudos apontam que identificação das pessoas com ideologias políticas no contínuo esquerda-direita é uma variável interveniente no comportamento de votar dos brasileiros (Carreirão, 2002, Carreirão & Barbeta, 2004). Além disso, em pesquisa com quatro levantamentos de dados realizados entre 1989 e 1997, Carreirão (2007) verificou que a compreensão do que seja esquerda ou direita varia com a escolaridade do eleitor; entre os eleitores com maior escolaridade houve maior correlação da posição ideológica com o voto. Rennó (2001) observou com dados sociológicos acerca da América Latina que uma maior confiança das pessoas acerca do sistema político em tendência geral favorece uma maior obediência às leis, e confiança nas instituições públicas. Sua influência na participação política, participação em associações, e atitudes em relação ao regime político variou em diferentes países latino-americanos, apontando uma dependência de contextos específicos.

Dentre os estudos brasileiros que enfocam a influência de variáveis sociopsicológicas no comportamento eleitoral, destacam-se pesquisas sobre o papel das crenças sobre utilidade da política nas atitudes e participação dos eleitores (Gouveia, França, Costa & Camino, 1997), ou a influência de notícias veiculadas por telejornais nos critérios utilizados para definir o voto, participação política e identificação partidária (Costa & Camino, 2005). Pesquisas realizadas em eleições das décadas de 80 e 90 vêm indicando que, em geral, há baixos índices de participação partidária, e as pessoas com mais identificação por um partido participam mais e

apresentam maior coerência ao votar (Camino, Torres & Costa, 2005).

Essas pesquisas culminaram com a elaboração de modelos capazes de explicar a decisão eleitoral em eleições específicas. Camino, Silva e Souza (1998) testaram um modelo para as eleições municipais de João Pessoa de 1992, e observaram que variáveis sociodemográficas explicaram os níveis de participação social, que por sua vez foi um bom preditor de crença na eficácia eleitoral e disposição de votar. Em outra direção, a participação explicou o posicionamento na estrutura social, e essas duas variáveis permitiram prever a simpatia partidária, que mediou a escolha eleitoral. Na eleição municipal pessoense de 1996, Camino, Torres e Costa (2005) verificaram que as representações políticas eram função da participação dos sujeitos em organizações da sociedade civil, que formaram também as crenças sobre eficácia do voto e da participação e também a visão da sociedade, que por sua vez se relacionou com a representação do partido de simpatia e oposto, e com a decisão de voto por partido e candidato.

De modo geral, os estudos indicam a importância de variáveis contextuais para explicar o comportamento eleitoral, tanto referente à escolha propriamente dita quanto aos fatores que levam até ela, como a participação eleitoral. As variáveis psicológicas que permitem prever aspectos do comportamento eleitoral situam-se num campo de representações acerca de objetos sociais referente à realidade política. Em outras palavras, é o que se chama de espaço político, o campo social e psicológico de conflitos através dos quais a política se apresenta e é representada (Camino, Lima & Torres, 1997). Para D'Alimonte (1983), é a área de conflitos subjacente às relações entre eleitores e partidos num contexto e momento histórico específico. Carvalho, Lima e Camino (2005) definem espaço político como "...espaço subjetivo resultante da apreensão que os cidadãos fazem do fenômeno político, ou seja, da maneira peculiar que grupos e indivíduos interiorizam as ideologias políticas correntes em uma determinada sociedade" (p. 294); é o campo que contém as posições dos cidadãos em relação ao sistema de ideologias e conflitos políticos.

Conforme Camino, Lima e Torres (1997), a maior parte das pessoas tem atitudes e crenças acerca de política determinadas por símbolos ligados a sistemas de crenças de seus grupos de referência. Assim, seus estudos demonstram que a visão de política e sociedade de pessoas vinculadas a uma posição de esquerda pauta-se pelo conflito entre classes, enquanto que os direitistas pensam que o contraste básico ocorre no embate povo contra elites políticas. O estudo de Carvalho, Lima e Camino (2005) visou descrever as relações percebidas por estudantes acerca de partidos políticos nos anos de

1995 e 1997. Foram caracterizados quatro blocos partidários, com o Partido dos Trabalhadores concebido como único partido legitimamente de esquerda. Os outros partidos classificados como de esquerda tiveram papel misto, às vezes aproximando-se mais de centro ou direita. Os estudantes que valorizaram partidos de centro valorizaram conceitos e sistemas como privatização, neoliberalismo e social-democracia, opondo-se a radicalismo, anarquismo, comunismo e socialismo. Os participantes identificados com a direita valorizaram social-democracia e populismo e desvalorizaram anarquismo e comunismo.

A caracterização do espaço político permite um entendimento acerca das forças que influenciam a participação política em um dado contexto. A partir das pesquisas de Camino, Lima e Torres (1997) e Carvalho, Lima e Camino (2005), o posicionamento pessoal em termos de afinidade com esquerda ou direita mostra-se como uma variável especialmente propícia para entender a configuração desse espaço.

Uma outra perspectiva para conceber o espaço político consiste na idéia de campo representacional, alinhada com o estudo das representações sociais (Moscovici, 1961). Trata-se de uma noção presente no arcabouço da teoria das representações sociais, um paradigma de pesquisa voltado para o estudo da natureza e dinâmica do conhecimento de senso comum compartilhado por grupos sociais, que orienta as suas ações no mundo (Jodelet, 2001). As representações sociais são o resultado do processo por meio do qual ocorre uma estruturação simbólica dos eventos sociais por parte de atores inseridos em posições específicas num contexto intergrupais. Uma representação social é uma teoria do senso comum, que se coloca no lugar de objetos sociais que são foco de práticas de comunicação, formada por cognições com relações entre si, constituindo uma estrutura (Abric, 1998; Rouquette, 2005). Uma representação social estruturada é formada por dois sistemas de cognições: um central e um periférico (Sá, 1996). O sistema central compreende as cognições mais estáveis, abstratas e normativas, que determinam a identidade da representação e organizam seus elementos (Abric, 1998; 2003). Os elementos periféricos têm natureza mais funcional e concreta, e ligam-se a elementos do cotidiano, garantindo que a representação social seja flexível o suficiente para aplicar-se às necessidades do dia-a-dia dos atores sociais (Flament, 2001; Abric, 2003; Campos, 2003).

Para Doise, Clemence e Lorenzi-Cioldi (1992), o estudo da estrutura de uma representação corresponde à caracterização da objetivação dessa representação, ou seja, do processo por meio do qual um conceito ou

noção abstrata ganha forma e torna-se concreta através de imagens ou idéias. Por outro lado, a ancoragem, outro processo representacional identificado por Moscovici (1961), consiste na decodificação e expressão diferenciada de conteúdos representacionais com base em inserções sociopsicológicas específicas. Em outras palavras, grupos diferentes interpretam e lidam com temas da vida social de modo diverso. Para estudar a ancoragem, é necessário identificar essencialmente os princípios compartilhados que orientam o debate social, permitindo o posicionamento de grupos e indivíduos em diversas localidades desse “espaço” de conhecimento. Tais princípios organizadores possibilitam a comunicação entre os atores sociais dentro e entre grupos e, dentro dos limites estabelecidos, os membros dos diversos grupos elaborarão suas teorias de senso comum, modulados por inserções de cunho sociológico e psicológico. Assim, a perspectiva de Doise e colaboradores (1992) é uma abordagem não consensual do estudo das representações sociais.

Assim, pode-se falar em campo de representação para se referir ao estudo das relações estruturais entre elementos de representações sociais numa estrutura, ou seja, da objetivação, ou num nível mais macro de análise, das relações entre representações de grupos num contexto intergrupais. Trata-se de uma espécie de supra-estrutura permitindo relacionar as formas de pensamento social de grupos, uns em relação aos outros.

É possível aproximar a noção de campo representacional da de espaço político. Se um espaço político inclui os conflitos por meio dos quais a política se apresenta e é representada (Camino e cols., 1997) e é um espaço subjetivo que consiste na apreensão realizada por populações acerca da política (Camino e cols., 2005), então a supra-estrutura que dá conta dos princípios por meio dos quais crenças e teorias do senso comum sobre política se contrapõem, permitindo dar conta dos mecanismos de ancoragem dessas representações, não é outra coisa senão uma porção delimitada dessa noção mais global de espaço político. Desse modo, a caracterização de teorias do senso comum sobre política no nível dos princípios de ancoragem relacionados à orientação política dos cidadãos permite compreender aspectos relevantes do espaço político, e propõe uma operacionalização compatível com desenvolvimentos teóricos e metodológicos ligados ao estudo das representações sociais.

O presente estudo tem por objetivo caracterizar o campo representacional envolvendo grupos de posicionamento político nas eleições presidenciais e estaduais de 2006, permitindo um diagnóstico do espaço

político nacional nesse período. Três questões de pesquisa se impõem para nortear a investigação, em correspondência com os três aspectos gerais da abordagem genética de Doise e colaboradores (1992) para estudo das representações sociais: como se caracteriza o espaço político determinado pelos posicionamentos políticos dos cidadãos e suas representações sobre política (ou, noutras palavras como se organiza o campo representacional)? Quais os princípios organizadores desse espaço? E, por fim, como o posicionamento político ancora socialmente as representações sobre política?

Como hipóteses gerais para orientar o trabalho espera-se que, de modo geral, os cidadãos sem posicionamento político definido (isto é, que não se declarem simpatizantes de posição alguma dentro do espectro esquerda – direita) apresentem uma visão da política negativa e marcada por referências a problemas estruturais como corrupção e ineficiência, enquanto que os cidadãos que se declarem de esquerda, centro ou direita reconheçam outras possibilidades dentro da vida política ligadas à sua função social e maneiras de que seja um mecanismo eficiente. No entanto, é previsto que as representações dos participantes com posições políticas diferentes devam se ancorar em aspectos diferentes da vida política, de modo coerente com as inserções desses grupos em no contexto intergrupual, implicando projetos políticos diferentes de cada um deles.

MÉTODO

Participantes

Participaram do estudo 1051 indivíduos, todos usuários do sítio de internet de relacionamentos Orkut. Deles, 740 (70,4%) eram do sexo masculino. A média de idade dos participantes foi de 26 anos e 4 meses, com grande variabilidade: desvio padrão de 10 anos. Quanto à região geográfica brasileira em que residiam os participantes, 490 (46,62%) habitavam em cidades da região sudeste, 233 (22,17%) no sul do país, 188 (17,89%) no nordeste, 104 (9,9%) no centro-oeste, e 36 (3,43%) no norte. Em termos de renda familiar declarada, os participantes concentraram-se nas faixas de 5 a 10 salários mínimos (33,92%) e 11 a 20 salários mínimos (26,93%), seguidos pelos participantes com renda de 2 a 5 salários (20,55%) e mais de 20 salários (14,84%), enquanto apenas 6,76% da amostra foi formada por participantes cujas famílias ganhavam até 2 salários mínimos mensais. A maior proporção dos participantes (72,03%) tinha nível superior, ao passo que 25,02%

disseram ter ensino médio e 2,95%, ensino fundamental. Ao comparar com as estimativas da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2006), observa-se que é uma amostra com super-representação dos participantes do sul e sub-representação do nordeste. Também se verifica que é uma amostra com maior escolaridade e renda familiar que a média dos brasileiros.

Instrumento

Foi utilizado um questionário em que os participantes deveriam escrever 7 palavras ou expressões trazidas à consciência pelo termo indutor política. Além disso, foram-lhes solicitadas informações de caracterização (sexo, renda familiar, região de residência) e informações acerca de posicionamento e comportamento eleitoral. Nesse segundo tipo de informações, foram incluídas questões sobre orientação política (centro, esquerda, direita ou sem orientação definida), crença na importância do voto (se consideravam que o voto “é importante para mudar as coisas” ou não), comportamento de votar na ausência de obrigatoriedade do voto (se votariam ou não se o voto não fosse compulsório), e comportamento durante a campanha eleitoral de 2006 (se acompanhavam debates, comícios, e propaganda eleitoral nos meios de comunicação ou não).

Procedimento

A coleta de dados foi realizada nos meses de setembro, outubro e novembro de 2006, durante a etapa final das campanhas eleitorais para governador e presidente no Brasil. Um link de internet foi divulgado no site de relacionamentos da internet Orkut, uma das maiores redes online, em sessenta comunidades virtuais referentes a posicionamentos políticos, partidos políticos e candidatos da eleição. Foi criado um tópico em que havia um pequeno trecho de introdução ao estudo, advertindo os internautas de que não se tratava de uma enquete comum de opinião divulgada pela internet, mas de um estudo científico sobre política, sem quaisquer interesses partidários ou de divulgação de resultados de pesquisas de eleições, convidando-os a colaborar com a pesquisa como voluntários.

Ao clicarem com o *mouse* no *link*, os participantes foram levados a um site da internet em que foi apresentada a equipe de pesquisa e explicitado o modo de participação na pesquisa por meio do preenchimento do questionário. Os participantes foram informados acerca do sigilo dos dados e dos aspectos éticos do estudo, sendo convidados a

confirmar sua participação clicando num botão para avançar à tela seguinte.

Finalmente, foi-lhes apresentado o formulário eletrônico contendo o questionário. O formulário continha instruções de programação segundo as quais os participantes recebiam uma mensagem na tela caso não tivessem preenchido todas as questões, indicando os itens de que eles haviam se esquecido, para evitar o envio de questionários com dados incompletos. Os dados dos questionários enviados foram armazenados no servidor da internet, conforme instruções de codificação determinadas pela programação, juntamente com informações relativas à data e hora de preenchimento e o endereço de IP (Número de Protocolo de Internet) dos computadores dos respondentes. Antes de serem submetidos a análise estatística, os questionários inválidos ou em excesso ocasionados por participantes que tivessem respondido a pesquisa mais de uma vez foram removidos, com auxílio dos dados referentes a data e hora de preenchimento e endereço de IP.

Análise dos dados

As respostas foram categorizadas tematicamente (Bardin, 1977), sendo cada uma atribuída a uma categoria, que foi interpretada como um elemento da representação social da política. O critério básico de agrupamento foi semântico. A codificação foi realizada pela segunda autora. Depois que as respostas de cem participantes foram categorizadas, os autores se reuniram para discutir a codificação e ajustar o sistema de categorias, discutindo quaisquer ambigüidades ou dificuldades no processo. A seguir, a segunda autora concluiu a categorização com base nos ajustes realizados.

Foi realizada uma análise fatorial de correspondências (Cibois, 1983; Cibois, 1989; Lebart & Salem, 1994; Deschamps, 2003), cujos fatores são interpretados como princípios que organizam diferenças da representação social para os grupos considerados, constituindo uma espécie de supra-estrutura das variações do campo da representação conforme características de indivíduos ou grupos (Doise e cols., 1992; Oliveira & Amâncio, 2005), caracterizando o espaço político. A análise foi realizada com o programa Trideux.

RESULTADOS

Dos participantes, 431 (41,01%) declararam-se ter posicionamento de esquerda, 207 (19,7%) disseram estar alinhados com o pensamento de centro e 170 (16,18%)

relataram estarem posicionados à direita do espectro político. Finalmente, 243 (23,13%) declararam não ter orientação política definida. A maioria dos participantes, 943 (89,72%), considera que o voto é importante, e 818 (77,83%) sempre votaria, mesmo se o voto não fosse obrigatório. Cento e noventa e um participantes (18,17%), se o voto fosse facultativo, votariam às vezes, e 42 (4%), nunca o fariam. Quanto ao comportamento na campanha, 818 (77,83%) acompanhava horário eleitoral, 982 (93,43%) disse acompanhar debates, e 356 (33,87%) disse participar de comícios. Observa-se que a amostra foi constituída por participantes com participação e engajamento eleitoral relativamente elevados.

Um total de 27 categorias, tratadas como elementos da representação, foi construído (ver Tabela 1). As categorias mais mencionadas pelos participantes foram corrupção e desilusão e insatisfação, seguidas pela categoria problemas brasileiros. As respostas que não puderam ser incluídas nessas categorias foram excluídas da análise. A categorização permitiu considerar 6863 respostas de um total de 7357, ou cerca de 93%.

Tabela 1. Ocorrências Absolutas e Relativas das Categorias Resultantes da Análise de Conteúdo

Categorias	Freq.	%
Corrupção	1060	15,44
Desilusão e insatisfação	947	13,80
Problemas brasileiros	621	9,05
Coletividade	358	5,22
Governo	303	4,41
Administração pública	277	4,04
Eleições	253	3,69
Ideologia	228	3,32
Mudança	225	3,28
Ética	207	3,02
Poder	203	2,96
Partidos políticos	194	2,83
Cidadania	180	2,62
Acordos e negociação	177	2,58
Democracia	171	2,49
Esperança	170	2,48
Responsabilidade	165	2,40
Comunicação	164	2,39
Conflito	153	2,23
Necessidade	147	2,14
Aspectos positivos	125	1,82
Leis	114	1,66
Enriquecimento	110	1,60
Mentiras	110	1,60
Classes sociais	80	1,17
Políticos	79	1,15
Vida cotidiana	42	0,61
TOTAL	6863	100,00

A análise de correspondências foi baseada numa tabela lexical com os elementos representacionais como linhas e as modalidades de orientação política como colunas (27 X 4). As variáveis referentes a escolaridade, crença na importância do voto, intenção de votar em caso de não-obrigatoriedade e comportamento na campanha eleitoral de 2006 foram incluídas como variáveis ilustrativas, isto é, que possuem coordenadas nos fatores mas não contribuem para o cálculo. O Phi² total (medida da inércia, que

consiste no qui quadrado da análise dividido pelo efetivo total da tabela) foi de 0,0753. Os resultados indicaram rejeição da hipótese de independência dos dados, apontando associação entre as variáveis cruzadas ($\chi^2 = 516,78$; gl = 84; $p < 0,001$). Foram extraídos três fatores, dos quais os dois primeiros explicam 89,8% da inércia, tendo sido retidos para análise. Ambos são apresentados na Tabela 2.

Tabela 2. Análise de Correspondências (Elementos X Orientação Política)

Fator	Política fracassada e corrupta				Política ideal			
	Orientação pol.	Coord.	CPF ^a	Cos ²				
Primeiro, Autovalor = 0,053 Inércia = 70,5%	Sem orientação	- 0,38	64,6	0,97				
	Elementos	Coord.	CPF	Cos²	Elementos	Coord.	CPF	Cos²
	Corrupção	- 0,29	24,8	0,96	Partidos polític.	0,43	9,7	0,85
	Desilusão / insat.	- 0,29	22,2	0,89	Governo	0,24	5,0	0,62
	Mentira	- 0,54	8,8	0,97	Coletividade	0,20	4,1	0,71
	Luta de classes				Estado de Direito			
Fator	Orientação pol.	Coord.	CPF	Cos ²	Orientação pol.	Coord.	CPF	Cos ²
Segundo, Autovalor = 0,015 Inércia = 19,3%	Esquerda	- 0,11	34,8	0,70	Direita	0,23	61,5	0,56
	Elementos	Coord.	CPF	Cos²	Elementos	Coord.	CPF	Cos²
	Classes sociais	- 0,46	17,0	0,40	Leis	0,35	14,1	0,74
	Desilusão / insat.	- 0,10	9,7	0,11	Governo	0,17	8,4	0,29
	Cidadania	- 0,23	9,6	0,68	Eleições	0,13	4,5	0,27
	Conflitos	- 0,25	9,3	0,54				

^a Somente contribuições maiores que a média são apresentadas.

O primeiro fator explica a maioria da inércia (mais de 70%). Opõe as concepções de política como algo funcional a algo degenerado e ineficiente. Os participantes sem orientação política associaram-se ao pólo ligado à política falida e corrupta, enfatizando elementos como corrupção generalizada, desilusão e insatisfação com a situação política nacional e descrença nos fatos políticos. Por outro lado, a visão de uma política eficiente e ideal ressalta partidos políticos que representam a coletividade, o povo, na esfera do governo, diferenciando-se no nível das ideologias seguidas.

O segundo fator diferencia os participantes alinhados com esquerda e direita. Os participantes de esquerda apresentam uma concepção de política como luta de classes, um exercício de cidadania com conflito entre segmentos sociais; mesmo assim, apresentam grande insatisfação com os rumos da vida política. Os participantes com posição de direita tratam mais do aparelho institucional vinculado à

política, enfatizando que as eleições e leis sustentam o governo, e que isso possui aspectos positivos.

A Figura 1 apresenta a projeção dos dois primeiros fatores. Há uma síntese dos aspectos mais importantes do espaço político em termos de representações acerca da esfera política, permitindo-se identificar três campos semânticos claramente. A oposição do primeiro fator caracteriza-se pelo contraste entre os participantes sem orientação política definida e suas representações e os participantes com alguma posição (esquerda ou direita) e suas representações. Os participantes sem orientação apresentam uma visão marcadamente negativa e desesperançosa da política, associando-a com corrupção; são esses os participantes que aparentam ter atitudes mais negativas a respeito do mundo político, a inferir pelos comportamentos eleitorais de baixa participação em campanha, e percepção de pouca importância do voto.

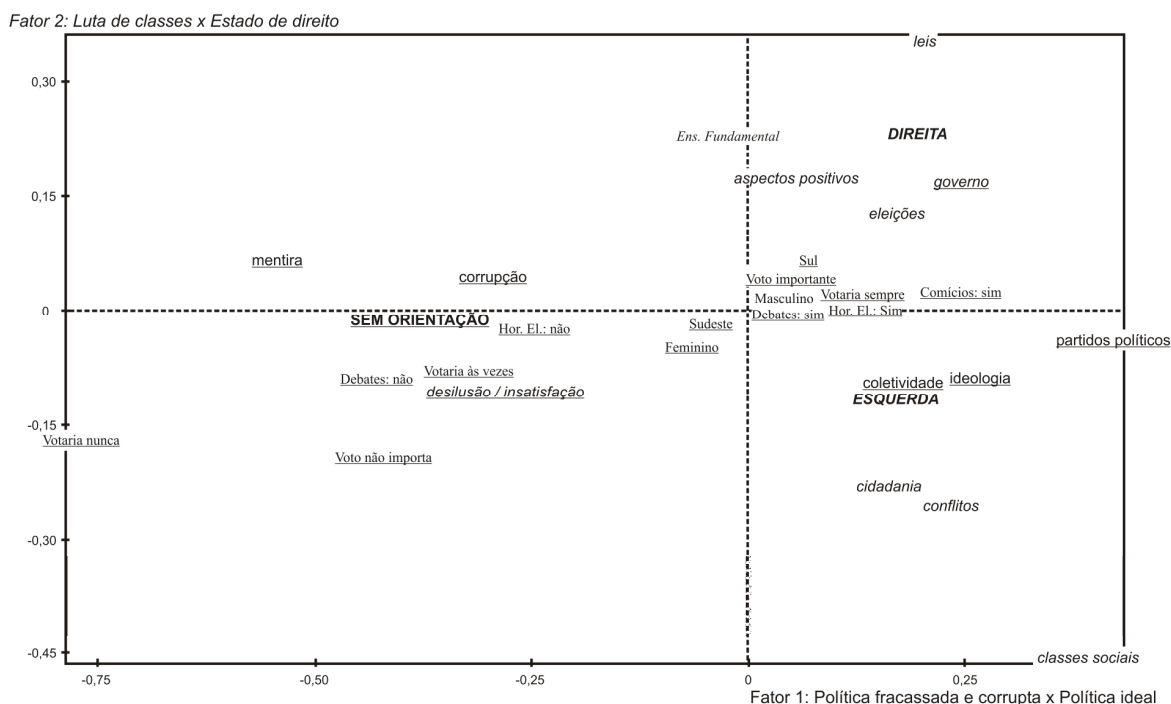


Figura 1. Projeção dos Dois Primeiros Fatores da Análise de Correspondências: Ancoragem dos Princípios Organizadores no Posicionamento Político e Variáveis Demográficas

O segundo fator é o mais importante politicamente, uma vez que trata da clássica distinção entre esquerda e direita. Os esquerdistas entendem política pelo filtro da disputa entre grupos ou classes que está pautada no exercício da cidadania, voltada para as vontades do povo, disputa esta que se traça em contornos ideológicos. Para os direitistas, política refere-se a governo e legislação eleitoral, é um artifício de representatividade apoiado em leis, e que possui facetas positivas.

A Figura 1 também permite visualizar as posições das variáveis ilustrativas ou suplementares. As variáveis ilustrativas que foram explicadas pelos pólos do primeiro fator permitem entender melhor as características dos participantes associados predominantemente a cada um deles. Dentre os participantes associados à política falida, concentram-se aqueles que, se pudessem, votariam às vezes ou nunca, e que não consideram votar como importante. Também nessa extremidade há predomínio dos participantes que não acompanham horário político ou debates nos meios de comunicação. Já entre os participantes mais otimistas, do outro pólo, concentram-se as pessoas que votariam sempre e reconhecem a importância do voto. Além disso, nesse pólo estão os participantes engajados, que acompanham o horário eleitoral e debates e participam

de comícios de campanha. Quanto ao segundo fator, dentre as variáveis ilustrativas, somente os participantes de escolaridade fundamental concentraram-se no pólo característico da direita.

DISCUSSÃO

Os resultados indicam que, durante a campanha eleitoral de 2006, o principal princípio organizador acerca das representações de política foi a contraposição entre uma política que é eficaz e possui função social, e uma política que nada traz de positivo ao povo, que é apenas uma ferramenta para desviar dinheiro público e favorecer poucos. Em seguida, há a oposição entre uma visão de política conflitual e uma visão institucional, visões alinhadas respectivamente com as posições de esquerda e direita.

Quanto às diferenças mais sutis evidenciadas pela análise de correspondências acerca dos grupos com posicionamento definido, os participantes esquerdistas entendem a política como instrumento de luta entre classes com interesses divergentes na disputa pelo poder. Para os direitistas, são mais salientes os elementos referentes aos aparatos institucionais e legais relacionados ao poder e governo. Os centristas não mostraram associações com os dois primeiros

fatores. São resultados coerentes com os resultados de Camino, Souza, Silva e Pereira (2005), que apontaram que a visão de sociedade está associada ao posicionamento político. Também há suporte para uma aproximação dos participantes de esquerda com uma visão classista e conflitual da sociedade, encontrada em Camino, Lima e Torres (1997). Em síntese, o espaço político, caracterizado pela representação sobre política, durante a campanha eleitoral de 2006 é marcado pelo pessimismo acerca da utilidade e credibilidade do fazer político brasileiro, vinculado a grupos com posições marcadas a estratégias para aprimorar o funcionamento do sistema de poder – seja por meio de uma inversão nas relações entre classes, no caso da esquerda; seja por meio de maior eficiência dos mecanismos do poder, para os direitistas.

Foi verificado que as pessoas politizadas têm participação ativa em campanhas eleitorais e crêm nos instrumentos políticos. Já as pessoas desvinculadas do mundo político não crêm na importância do voto, votam porque são obrigados a fazê-lo, e não se envolvem na campanha. Observa-se concordância em relação à maioria das pesquisas de comportamento eleitoral apresentadas em Torres, Lima e Costa (2005), que indicam baixa participação eleitoral. Os resultados do presente estudo diferenciaram os perfis de participantes envolvidos com a política dos desinteressados e pouco participativos.

As diferenças nas representações dos grupos de posicionamento político – esquerda, direita e centro -, podem ser explicadas por meio de relações das representações sociais com processos de comunicação de massa, implicação pessoal (Flament & Rouquette, 2003; Gurrieri, Wolter & Sorribas, 2007) e identitários (Abric, 1998). Para o público sem orientação política definida, a política é um objeto social que emerge como relevante na vida cotidiana praticamente apenas na ocasião de eleições ou escândalos eleitorais. É possível supor que um cidadão sem orientação definida não acredite que a política seja mais importante para ele que para outras pessoas em geral (dimensão da identificação pessoal), ou que avalie que, frente a repetidas menções nos meios de comunicação acerca de corrupção e administrações ineficientes, seja pouco provável que essa realidade política possa mudar (dimensão da possibilidade percebida de ação frente ao objeto). Esse segmento da população não lida com a política diretamente por meio da vida partidária, envolvendo-se com o tema apenas por meio de noticiários, mídia impressa ou propaganda eleitoral. A comunicação de massa é

condição de possibilidade e determinação das representações sociais (Jodelet, 2001). Se as informações que veiculam nos meios de comunicação tratam apenas de facetas desgastadas da política, e o grupo não confere um valor especial (dimensão de valorização social) ao objeto social em questão, a representação não pode de fato ser diferente.

Já para os grupos com posicionamento político definido, percebe-se claramente o quanto a representação sobre política desempenha um papel identitário, expressando as visões do grupo e justificando-as (Abric, 1998; Jodelet, 2001). Assim, a concepção de política como uma disputa entre classes é plenamente compatível com um projeto político esquerdista, marcado por uma história de contestação proletária contra classes burguesas, e por um papel até pouco tempo de oposição ao poder vigente no contexto brasileiro. Do mesmo modo, entender política como uma atividade voltada para atividades de governo, processos de escolha e regulamentação por meio de leis é uma visão coerente com uma visão de direita, que no Brasil por muitas décadas foi a “situação” no governo. No nível sociopsicológico, os valores e normas específicos à realidade dos grupos direcionam a ancoragem da representação social de modo a se adequar à identidade de seus membros e respaldar o projeto social sustentado pelo grupo. Noutras palavras, o posicionamento político ancora a representação social. No estudo clássico de Moscovici (1961) um processo análogo é observado quando a imprensa católica tenta dar conta da psicanálise adaptando-a aos valores cristãos, bem como quando é relatado que as publicações comunistas a interpretam como uma criação burguesa que deve ser combatida.

Quanto às peculiaridades metodológicas do estudo, é essencial destacar a influência do delineamento de pesquisa nos resultados. A pesquisa realizada pela internet possui algumas características, que em vários casos também podem ser interpretadas como limitações. A primeira delas se refere ao erro de cobertura, ou o fato de que as pesquisas com recrutamento e coleta de dados situada na World Wide Web não pode ser representativa das populações em geral, mas apenas daquelas com acesso à internet (Couper, 2000). Assim, não se pode dizer que o presente estudo seja representativo, por exemplo, da população brasileira; no máximo, caso fosse possível aplicar um procedimento rigoroso de amostragem, uma pesquisa de internet seria generalizável à população com acesso à rede. Tampouco foi este o caso; a pesquisa foi realizada apenas em comunidades de Orkut relacionadas à política. Um outro aspecto, o efeito de auto-seleção (Reips, 2000; 2002) diz respeito

à liberdade aumentada que participantes têm ao escolher participar de um estudo sediado na rede. Pesquisas pela internet tendem a atrair participantes interessados pelos temas contidos nos questionários, e isso também gera uma distorção de representatividade amostral.

Nesse sentido, a presente pesquisa, e as pesquisas realizadas pela internet em geral, possuem amostras certamente diversificadas, mas freqüentemente com algum viés no processo de recrutamento. Aqui, provavelmente houve super-representação de participantes com interesse pela política, de grupos com posicionamentos de esquerda, centro ou direita. Isso se deve tanto à atração do questionário quanto à própria participação desses atores sociais em comunidades relacionadas a política no Orkut, o que já indica interesse. Esse aspecto também permite entender porque predominantemente os participantes dos estudos com coletas presenciais demonstram baixa participação política, enquanto que os da presente investigação em sua maioria se interessam e se envolvem com o assunto; são populações diferentes e modos de recrutamento de participantes diferentes.

Em síntese, o presente estudo permitiu uma caracterização do espaço político brasileiro durante a campanha eleitoral de 2006, operacionalizada como uma investigação acerca da representação social de grupos políticos sobre política especialmente no nível dos princípios organizadores das representações e pontos de ancoragem específicos dos grupos. Foram obtidos resultados que complementam pesquisas realizadas em outros contextos e momentos históricos acerca de comportamento político, e que sugerem a adequação da investigação de representações sociais como um meio de acesso a informações acerca das características do espaço político e de comportamento eleitoral.

REFERÊNCIAS

- Abric, J.-C. (1998). A abordagem estrutural das representações sociais. Em A. S. P. Moreira & D. C. de Oliveira. (Orgs.), *Estudos interdisciplinares de representação social*. (pp. 27-38). Goiânia: AB.
- Abric, J.-C. (2003). Abordagem estrutural das representações sociais: desenvolvimentos recentes. Em P. H. F. Campos & M. C. da S. Loureiro. (Orgs.), *Representações sociais e práticas educativas*. (pp. 37-57). Goiânia: UCG.
- Bardin, L. (1977). *L'analyse de contenu*. Paris: PUF.
- Camino, L.; Lima, M. E. O. & Torres, A. R. R. (1997). Ideologia e espaço político em estudantes universitários. Em L. Camino, L. Lhullier & S. A. Sandoval (Orgs.), *Estudos sobre comportamento político* (pp. 87-105). Florianópolis: Letras Contemporâneas.
- Camino, L.; Silva, E. A. & Souza, S. M. (1998). Primeiros passos para a elaboração de um modelo psicossociológico do comportamento eleitoral: estudo dos eleitores de João Pessoa na campanha de 1992. *Estudos de Psicologia*, 3(1), 7-32.
- Camino, L.; Souza, S. M. de; Silva, E. A. de & Pereira, C. R. (2005). Modelo psicossociológico para o estudo da decisão eleitoral de 1996. Em A. R. R. Torres, M. E. O. Lima & J. B. da Costa (Orgs.), *A psicologia política na perspectiva psicossociológica: o estudo das atividades políticas*, 1 (pp. 315-340). Goiânia: UCG.
- Camino, L.; Torres, A. R. R. & Costa, J. B. da (2005). Identificação partidária, identidade social, voto e cidadania. Em A. R. R. Torres, M. E. O. Lima & J. B. da Costa (Orgs.), *A psicologia política na perspectiva psicossociológica: o estudo das atividades políticas*, 1 (pp. 255-272). Goiânia: UCG.
- Campos, P. H. F. (2003). A abordagem estrutural e o estudo das relações entre práticas e representações sociais. Em P. H. F. Campos & M. C. da S. Loureiro. (Orgs.), *Representações sociais e práticas educativas*. (pp. 22-36). Goiânia: UCG.
- Carreirão, Y. S. (2002). Identificação ideológica e voto para presidente. *Opinião Pública*, 8(1), 54-79.
- Carreirão, Y. S. (2007). Identificação ideológica, partidos e votos na eleição presidencial de 2006. *Opinião Pública*, 13(2), 307-339.
- Carreirão, Y. S. & Barbeta, P. A. (2004). A eleição presidencial de 2002: a decisão do voto na região da grande São Paulo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 19(56), 75-93.
- Carvalho, J. C.; Lima, M. E. O. & Camino, L. (2005). Espaço político, democracia e sistema partidário em estudantes universitários. Em A. R. R. Torres, M. E. O. Lima & J. B. da Costa (Orgs.), *A psicologia política na perspectiva psicossociológica: o estudo das atividades políticas*, 1 (pp. 293-314). Goiânia: UCG.
- Cibois, P. (1983). *L'analyse factorielle*. Paris: PUF.
- Cibois, P. (1989). Éclairer le vocabulaire des questions ouvertes par les questions fermées: le tableau lexical des questions. *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 23, 12-23.
- Costa, J. B. da & Camino, L. (2005). A influência da TV nas eleições de 1989 e 1990. Em A. R. R. Torres, M. E. O. Lima & J. B. da Costa (Orgs.), *A psicologia política na perspectiva psicossociológica: o estudo das atividades políticas*, 1 (pp. 203-233). Goiânia: UCG.
- Couper, M. (2000). Web surveys: a review of issues and approaches. *Public Opinion Quarterly*, 64(4), 464-494.
- D'Alimonte, R. (1983). Spazio politico. Em N. Bobbio, N. Matteucci & G. Pasquino (Orgs.), *Dizionario di politica* (pp. 1113-1115). Roma: Donzelli.
- Deschamps, J.-C. (2003). Analyse des correspondences et variations des contenus de représentations sociales. In J.-C. Abric (Org.), *Méthodes d'étude des représentations sociales* (pp. 179-199). Ramonville Saint-Agne: Érès.
- Doise, W. (1985). Les représentations sociales: définition d'un concept. *Connexions*, 45, 243-253.
- Doise, W.; Clemence, A. & Lorenzi-Cioldi, F. (1992). *Représentations sociales et analyses de données*. Grenoble: PUF.
- Elkins, Z. (2000). Quem iria votar? Conhecendo as conseqüências do voto obrigatório no Brasil. *Opinião Pública*, 6(1), 109-136.
- Flament, C. (2001). Estrutura e dinâmica das representações sociais. Em D. Jodelet (Org.), *As representações sociais*. (pp. 173-186). Rio de Janeiro: UERJ.

- Flament, C. & Rouquette, M.-L. (2003). *Anatomie des idées ordinaires*. Paris: Armand Colin.
- Gouveia, R.; França, D.; Costa, J. B. & Camino, L. (1997). O papel das crenças políticas no comportamento dos eleitores de João Pessoa em 1992 e 1994. Em L. Camino, L. Lhullier & S. A. Sandoval (Orgs.), *Estudos sobre comportamento político* (pp. 107-125). Florianópolis: Letras Contemporâneas.
- Gurrieri, C.; Wolter, R. P. & Sorribas, E. (2007). L'implication personnelle: un outil psychosocial pour comprendre le lien population-objet. *Psicologia em Estudo*, 12(2), 423-432.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2006). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2005*. Brasília: IBGE. Retirado em 30/08/2007, do IBGE (*Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*), <http://www.ibge.gov.br>
- Jodelet, D. (2001). Representações sociais: um domínio em expansão. Em ____ (Org.). *As representações sociais*. (pp. 17-44). Rio de Janeiro: UERJ.
- Lebart, L. & Salem, A. (1994). *Statistique textuelle*. Paris: Dunod.
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: PUF.
- Oliveira, A. & Amâncio, L. (2005). A análise factorial de correspondências no estudo das representações sociais – as representações sociais da morte e do suicídio na adolescência. Em A. S. P. Moreira, B. V. Camargo, J. C. Jesuíno & S. M. Nóbrega (Orgs.). *Perspectivas teórico-metodológicas em representações sociais*. (pp. 323-362). João Pessoa: UFPB.
- Reips, U.-D. (2000). The web experiment method: advantages, disadvantages, and solutions. Em M. H. Bimbaum (Org.), *Psychological experiments on the internet* (pp. 89-117) San Diego: Academic Press.
- Reips, U.-D. (2002). Theory and techniques of Web experimenting. Em B. Batnik, U.-D. Reips & M. Bosnjak (Orgs.), *Online social sciences* (pp. 229-250). Seattle: Hogrefe & Huber.
- Rennó, L. R. (2001). Confiança interpessoal e comportamento político: microfundamentos da teoria do capital social na América Latina. *Opinião Pública*, 7(1), 33-59.
- Sá, C. P. de. (1996). *Núcleo central das representações sociais*. Petrópolis: Vozes.
- Sandoval, S. A. M. (1997) O comportamento político como campo interdisciplinar de conhecimento: a reaproximação da sociologia e da psicologia social. Em L. Camino, L. Lhullier & S. A. Sandoval (Orgs.), *Estudos sobre comportamento político* (pp. 13-23). Florianópolis: Letras Contemporâneas.
- Torres, A. R. R.; Lima, M. E. O. & Costa, J. B. (Orgs.) (2005). *A psicologia política na perspectiva psicossociológica: o estudo das atividades políticas, 1*. Goiânia: UCG.

Recebido em 24/09/2007
Aceito em 16/10/2008

Endereço para correspondência : João Fernando Wachelke, R. Octavio Lebarbenchon, 69, CEP 88037-290, Florianópolis-SC, Brasil. *E-mail:* wachelke@yahoo.com