

O eleitor ausente (The Vanishing Voter)

Entrevista com Thomas E. Patterson por
Alex Jones

Na campanha presidencial norte-americana de 2000, o Shorenstein Center da Universidade de Harvard levou a cabo o Projecto *Vanishing Voter*, um inquérito semanal a nível nacional que visava avaliar o envolvimento dos norte-americanos nessa campanha. Ao longo da campanha, foram entrevistadas cerca de cem mil pessoas, no que constitui o maior estudo até hoje realizado sobre o envolvimento dos eleitores. Em 2002, foi publicado este estudo, de autoria de Thomas E. Patterson e com Marvin Kalb como co-director. Nesta entrevista, Thomas Patterson fala sobre as conclusões da pesquisa e o que apontam quanto a desenvolvimentos desde as eleições de 2000.

Alex Jones: O país parece ter-se polarizado de um modo nunca visto desde os anos 60. O que lhe sugere quanto à participação eleitoral nas próximas eleições?

Thomas Patterson: Ainda é cedo para imaginar como a polarização irá afectar a participação nas eleições. A participação decaiu em 1968 e 1972, quando o país estava polarizado na questão do Vietname. Apesar de muitos jovens terem então votado mais do que o habitual, muitos outros norte-americanos estavam e continuaram a estar desagradados com os protestos e com os políticos. A recente polarização encorajou grupos de direita e de esquerda a mobilizarem os seus apoiantes mais entusiastas. Vimos mais mobilização de base em 2000 e 2002 do que noutras eleições recentes. A questão em

aberto é o que irão fazer os mais moderados. Muitos têm uma visão negativa da disputa esquerda-direita. Um autor, E. J. Dionne descreveu essa atitude no título do seu livro, *Why Americans Hate Politics*. A contínua polarização, sobretudo se ocorre em questões menores, poderá fazer com que os norte-americanos ainda se afastem mais da política. Por outro lado, se a polarização levar a uma intensificação da discussão, como aconteceu com o New Deal nos anos 30, poderemos ver um aumento da participação. Um obstáculo aqui tem sido a inabilidade do Partido Democrata em desenvolver uma mensagem que possa servir como referência para pessoas da área progressista do espectro partidário. A mensagem republicana é clara: redução dos impostos,

supremacia da livre iniciativa nos negócios e interesse vigoroso por objectivos internacionais. Por comparação, é turva a filosofia dos democratas.

J: Qual é a tendência na participação eleitoral? Até quando vai estar o eleitor fora de cena?

P: A participação entrou em declínio depois das eleições de 1960. Nas últimas quatro décadas, a participação em eleições presidenciais caiu mais de 10 pontos percentuais e agora fica-se nos 50 por cento. A participação nas eleições primárias só começou a declinar em 1970 mas agora é cerca de metade do seu nível anterior. Apenas 18 por cento dos eleitores participou nas eleições primárias para o Congresso em 2002. Outros indicadores apontam também o desinteresse público pelas questões eleitorais. Os debates Kennedy-Nixon, Ford-Carter e Carter-Reagan atraíram a atenção de mais de metade dos lares norte-americanos. Em 2000, no seguimento da tendência decrescente, apenas 30 por cento seguiram os debates Bush-Gore. O terceiro debate em 2000 teve a mais baixa audiência de sempre. Os Estados Unidos estão a perder a sua audiência eleitoral tal como os seus votantes.

J: Pensa que a cobertura noticiosa contribuiu para essa tendência?

P: Depois de 1960, a cobertura política adquiriu, de forma crescente, uma tonalidade negativa. Por volta de 1990, as notícias sobre política na imprensa nacional eram muito mais negativas do que positivas. Watergate e Vietname contribuíram para este desenvolvimento mas, na minha perspectiva, um factor mais relevante foi a viragem para um jornalismo interpretativo. A anterior postura colocava o jornalista

no papel de repórter, o que significava que o tom e o conteúdo das notícias eram em grande medida definidos pelas palavras e pelas acções dos promotores. O jornalismo interpretativo – quando o jornalista, além de repórter, se torna um comentador e um analista – dá-lhe um maior controlo sobre o conteúdo, que mudou no seu tom e mensagem. Os jornalistas tendem a ser críticos quando os promotores se auto vangloriam. Além disso, encaram a política sobretudo como um jogo estratégico pelo poder, travado por contendores. Daqui resulta que tendem a interpretar os eventos noticiosos do dia nessa perspectiva, “quem bateu quem” e por aí fora. Isso é uma imagem desencantada da política, que marcou as percepções dos americanos sobre o que está aí em causa e como são os seus líderes. A ênfase dos media nos escândalos, pequenos ou grandes, contribuiu também para o desinteresse do público. Os investigadores têm hoje provas sólidas de que toda esta cobertura negativa e tratada como jogo contribuiu para uma tendência decrescente da participação. As pessoas estão menos interessadas em se envolverem se o processo e os jogadores lhes desagradam.

J: Mas não é verdade que algumas dessas tendências nas notícias reflectem o que tem vindo a acontecer na política, como a subida de campanhas pela negativa?

P: Claro que sim. As imagens pouco lisonjeiras que invadem as salas de estar do país não vêm apenas das notícias. As campanhas políticas negativas cresceram cerca de 300 por cento nas últimas décadas. Os ataques políticos fazem muitos cidadãos virarem costas a eleições. Os norte-americanos não esperam que a política seja um jogo de

miúdos, mas também não gostam que sejam lutas canibalescas entre adultos. Claro que os consultores políticos e os seus candidatos se envolvem neste tipo de campanhas porque podem resultar. Procuram apresentar o opositor da forma menos simpática possível, destacar os seus pontos fracos. A investigação tem chegado a conclusões contraditórias sobre se a publicidade negativa enfraquece a participação numa dada instância. O facto de a maioria das campanhas com muitos argumentos negativos terem sido campanhas muito disputadas – e portanto podendo ter estimulado a participação – torna difícil chegar a uma conclusão definitiva. O nosso estudo revelou, contudo, que as campanhas negativas produzem um efeito cumulativo adverso. Os norte-americanos que hoje pensam que os candidatos gastam mais tempo a lutar uns contra os outros do que a preocuparem-se com as necessidades políticas do país estão menos interessados em participar, independentemente de factores como a educação, o nível económico e a idade.

J: Há outros aspectos da política dos nossos dias que alimentem esta tendência?

P: Também tem contribuído o declínio dos partidos políticos. Nas últimas quatro décadas, registou-se um nítido declínio da fidelidade partidária e da capacidade das pessoas dizerem o que representam os dois partidos. Os partidos tornaram-se holdings de determinados grupos de interesses. Ao contrário da era do New Deal, quando havia uma filosofia geral sobre o papel económico do governo seguida pelos apoiantes dos partidos candidatos, campanha após campanha, os tempos de hoje são de questões específicas e

de agendas em constante mudança. As recentes eleições presidenciais despoletavam constantemente novas questões. Em 2000, a prescrição de drogas liderava a lista. Este tipo de política traz uma forte sobrecarga para o cidadão médio, que tem de procurar compreender o que representam os dois partidos e que diferenças os separam. Isso é difícil e a incerteza que daí resulta arrefece o seu desejo de participar. A recente polarização dos partidos ajudou um bocado a clarificar as coisas, mas os norte-americanos ainda têm dificuldade em compreender o que se passa, em parte porque muitas coisas – que envolvem grupos – acontecem nos bastidores. Os grupos de interesse conduzem os processos muito mais do que no passado. O seu dinheiro e os seus apoios são uma força poderosa. Os candidatos não têm alternativa que não seja captar esses grupos com promessas de campanha – às dezenas. Uma consequência de todas essas promessas, como mostra o nosso estudo, é que os cidadãos comuns pensam hoje que os candidatos dizem o que for preciso para serem eleitos e que esses grupos têm mais influência no resultado eleitoral do que eles próprios. E quando se sentem assim, diminui o seu desejo de votar.

J: O que aconteceu na Florida em 2000, é capaz de levar as pessoas a votar, agora que sabem que cada voto conta ou, pelo menos, conta quando é contado?

P: A Florida podia ter tido esse efeito, se não tivesse acontecido o 11 de Setembro. O ataque terrorista mudou o foco da política americana e o modo como era vista a presidência de Bush. Se não fosse o 11 de Setembro, a presidência de Bush hoje em dia era uma das mais impopulares nas sondagens, dado o

estado da economia. O Presidente recebe crédito do povo quando a economia está em crescimento e críticas quando está por baixo. Bush é uma notável exceção. Se não fosse o 11 de Setembro, a combinação de uma economia fraca com o colapso da Florida teria alimentado a ira popular, que se iria reflectir nas sondagens de 2002 e, a menos que a economia melhorasse, também em 2004. Devemos recordar que a participação subiu cerca de 5 por cento em 1992 – a única exceção clara à tendência geral para baixar, nos últimos 40 anos. E foi elevada então devido à ansiedade dos norte-americanos com a economia. Poderá subir em 2004 mas, se isso acontecer, terá muito mais a ver com a economia do que com o colapso da Florida em 2000.

J: O que se pode fazer para estimular a participação? Os Estados Unidos devem adoptar o voto obrigatório ou outros métodos que parecem funcionar nalgumas democracias?

P: É difícil imaginar o voto obrigatório ou mesmo um recenseamento eleitoral universal nos Estados Unidos. Embora quase todas as democracias tenham um recenseamento universal e algumas tenham mesmo voto obrigatório, a cultura individualista norte-americana torna essas opções aqui inaceitáveis. Mas temos uma alternativa testada: o recenseamento no dia das eleições. Seis estados usam-no e têm níveis muito mais elevados de participação média do que o resto do país. Gostaria que essa medida fosse adaptada noutras sítios mas não é provável que aconteça. O facto é que muitas elites não estão interessadas em promover elevadas participações. Não o vão afirmar mas os seus actos mostram que preferem

eleitorados mais pequenos e mais manejáveis. Em 2002, a Califórnia promoveu uma iniciativa eleitoral com vista ao recenseamento no dia das eleições desse estado. Acabou por falhar depois de se gastarem rios de dinheiro numa campanha que sustentava que isso levaria a um aumento da fraude eleitoral. A campanha é que era a fraude. Não há fraude nos estados que têm o recenseamento no dia das eleições. Os Estados Unidos já têm dificuldades em trazer às urnas votantes elegíveis. Dá vontade de rir a ideia de que não-cidadãos se iriam arriscar a ser presos, a multas e a uma possível deportação caso votassem dessa maneira. O motivo real para a campanha contra essa iniciativa – como se pode ver nas fontes que a suportaram – era fazer baixar a participação entre cidadãos menos poderosos, sobretudo latinos. O caso da Califórnia é apenas mais um exemplo de uma longa história de hipocrisia. Mais do que em qualquer outra democracia, os Estados Unidos são um lugar onde o recenseamento – lembremo-nos do uso de taxas e de testes de literacia – tem sido um instrumento para restringir a dimensão do eleitorado.

J: E sobre os media noticiosos? Como gostaria de os ver a actuar de forma diferente, para estimular uma maior participação?

P: Precisamos de uma maior responsabilização por parte dos media, sobretudo da televisão. Dos mais de vinte debates nas eleições primárias, em 2000, nenhum foi para o ar no horário nobre, nas principais redes, apesar de serem os únicos meios para se atingir uma audiência realmente ampla. Quando os canais de televisão encaram as suas licenças como nada mais do que uma forma de fazerem

dinheiro, o que se ressentem é o interesse público. A cobertura diária tem vindo a baixar. O nível de cobertura nas emissões da noite em 2000 foi apenas metade do de 1992. Sabemos porquê, claro. Os media tornaram-se *soft*, como forma de aumentarem os seus lucros. A sua cobertura de questões públicas foi reduzida para se dar lugar a histórias de saúde, de crimes, etc.

J: Há algo depois do período que se seguiu ao 11 de Setembro ou das eleições intermédias de 2002 que possa sugerir um futuro mais animador para a participação do eleitor?

P: A participação teve um pequeno aumento em 2002, comparada com o valor de 1998, o que é um sinal esperançoso. Mas não é claro que essa participação foi uma resposta ao aumento de inquietação pública que se seguiu ao 11 de Setembro. O impacto dos ataques terroristas na participação eleitoral a longo prazo pode tornar-se insignificante e assim diferente do impacto do ataque a Pearl Harbor há sessenta anos atrás. Pearl Harbor foi o berço da “grande geração”. E foi-o porque os cidadãos foram chamados à acção: muitos homens e algumas mulheres alistaram-se no exército, muitas mulheres saíram de casa e foram trabalhar para fábricas, muitas famílias plantaram jardins alusivos à vitória. Depois da guerra, essas vivências transformaram uma geração inteira em eleitores habituais e membros activos nos grupos comunitários. O ataque terrorista de 11 de Setembro não incluiu um apelo à acção do cidadão comum. Os profissionais tomaram as rédeas nas suas mãos. Fizem a guerra no Afeganistão, trabalham na resposta a possíveis ataques químicos e biológicos, levaram ao reforço de leis e de actividades de espionagem que se

tornaram a espinha dorsal da guerra contra o terrorismo. Quando, na prática, os cidadãos são marginalizados não se pode esperar que desenvolvam atitudes públicas que incluam um forte compromisso com o acto de votar.

J: Que sinais vê quanto ao envolvimento dos cidadãos desencadeado pela situação no Iraque? Que coisas têm vindo a mudar?

P: As manifestações de protesto nas cidades norte-americanas foram maiores do que o previsto. Também houve inúmeras contra-manifestações, ainda que mais pequenas. Talvez essas actividades sejam sinal de uma nova era para a política pública. Mas tenho as minhas dúvidas. Foi a duração do conflito no Vietname que contribuiu então para um maior interesse dos cidadãos pela política. Os conflitos recentes têm sido mais limitados no tempo e menos sangrentos quanto a baixas norte-americanas. E é bastante difícil sustentar o interesse público depois de concluída a fase activa de uma guerra moderna. Acrescentaria que a reacção do público perante a situação no Iraque parece ter emudecido, embora esta percepção possa apenas reflectir falta de memória. Comparado com o Vietname, parece que vivemos numa era do puro espectador, onde desenvolvimentos do momento se rasgam perante os nossos olhos, no ecrã, sem tocarem na nossa mente nem nas nossas emoções.

J: E que pode fazer o Shorenstein Center? Como pode ajudar neste esforço de trazer de novo os norte-americanos para as urnas?

P: Em 2000, através dos inquéritos semanais deste estudo e da correspondente produção de comunicados de imprensa, o Centro contribuiu para uma maior consciência de que os

Estados Unidos tinham nas suas mãos um problema de participação eleitoral. Não sei quanto mais poderemos aprender com a realização de sondagens em 2004, embora estejamos disponíveis para apreciar a questão, se houver interesse nesse projecto por parte de alguma Fundação. Apesar disso, há coisas que precisam de ser feitas nos anos mais próximos. O Centro pode contribuir para a mobilização do voto. Por exemplo, podemos fazer no nosso website (www.vanishingvoter.org) um lugar onde eleitores não recen-

seados possam encontrar informação sobre como fazer o registo. Também temos trabalho por acabar. O estudo de 2000 identificou várias mudanças – como o novo desenho do processo de nomeação, o recenseamento no dia das eleições e o reforço do debate televisivo e da cobertura de convenções – que poderão contribuir para um eleitorado mais envolvido. Os esforços de organizações como o nosso Centro fazem falta para desencadear as necessárias mudanças na política.

¹ Entrevista publicada na revista *Press/Politics* 8(3): 3-8, 2003. Traduzido e publicado com permissão do autor.