

O voto quântico



A eleição de Bolsonaro marcou uma virada no paradigma comunicacional da campanha eleitoral. Os canais usuais foram substituídos por estratégias como o uso do Facebook, a usina de fakenews no WhatsApp e o recurso ao poder comunicacional das igrejas evangélicas

Por João Feres Júnior*

Dando

sequência ao artigo “Em busca do centro perdido” (<https://aterraeredonda.com.br/tag/joao-feres/>), vou analisar agora as reais possibilidades de recomposição do centro por meio da ação das forças políticas atuais. Para chegar ao cerne da questão precisamos primeiro tentar compreender o que está acontecendo no plano fenomenológico mais capilar da opinião pública.

Meu

objetivo é ilustrar o que eu chamei de transformação do campo ideológico do eleitorado de um formato de corcova de dromedário para um de corcova de camelo - que me perdoem o preciosismo zoológico: _/_ em _/_/_.

Não vou reproduzir gráficos aqui para não tornar a leitura descontinua.

Na verdade, a metáfora zoológica reflete puramente a forma da curva. Quando olhamos pela perspectiva da dinâmica política, é melhor substituí-la por uma metáfora que vem da física de partículas: o estado quântico. Ela provê vantagens heurísticas em relação à anterior.

A figura da dupla corcova é de fato um exagero. Ela pode dar a impressão que temos dois campos radicalizados em oposição, argumento trombeteado pelos editoriais dos jornais grandes brasileiros durante todo o segundo turno. Segundo eles, a eleição de Bolsonaro ou de Haddad (com a volta do PT ao poder) representava riscos equivalentes à democracia. Essa mistificação de grandes proporções não resiste a duas linhas de análise sóbria, mas ainda assim foi repetida *ad nauseam* por esses “grandes defensores da liberdade de imprensa”.

Fato é que, no contexto eleitoral, tirando os votos brancos e nulos, os eleitores de Haddad se distribuíram da extrema esquerda ao

centro, ou seja, o candidato capturou grande parte dos votos daqueles que consideravam o “projeto” cripto-fascista de Bolsonaro intolerável. Já os eleitores de Bolsonaro, a despeito de não poderem ser considerados geneticamente reacionários, preferiram eleger tal projeto a ver o PT voltar à presidência, isto é, fizeram uma opção bastante extremada à direita. Em suma, há de fato um fosso ao centro, mas ele existe em grande medida porque a opção à direita se deslocou do PSDB-DEM para o bolsonarismo. O PT ficou praticamente no mesmo lugar.

Daí a metáfora do voto quântico, pois ao invés de um espaço contínuo ao longo do qual se distribuem as preferências dos eleitores, temos dois estados bastante distintos – como as camadas de energia dos elétrons em uma eletrosfera – e um eleitor que sai de um só ingressa no outro dando um salto ideológico.

Usei o termo voto aqui, mas a metáfora se aplica também a períodos em que não há campanha eleitoral, pois, como percebemos cotidianamente, a estratégia que anima o campo bolsonarista – provavelmente à exemplo do que faz Donald Trump nos EUA – é dar continuidade, mesmo depois de sua vitória nas urnas, ao embate ideológico do modo mais sórdido, ao invés de substituí-lo pela lógica da conciliação – o que era praxe nos tempos em que vigorava o saudoso presidencialismo de coalizão em nosso país.

Ao falar de eleição, cometo aqui a enorme imprudência de arriscar análises de evento que ainda está tão distante no calendário. Mas, tal análise pode ser aplicada ao momento atual, dado que nunca saímos da lógica eleitoral.

Como, então, um contingente tão grande de pessoas fez tal opção pelo projeto de extrema direita? Certamente as décadas de criminalização da política representativa contribuíram para essa virada à direita. Essa campanha de difamação terminou por atingir mais o PSDB e outros partidos “tradicionalis” do que o PT. De qualquer maneira, as forças políticas que ora se engajam em reconstruir o centro têm que pragmaticamente aceitar que esse estrago já está feito.

A pergunta então deve ser reformulada para aqueles que almejam reconstruir o centro: como tirar os eleitores dessa configuração quântica? Vou tentar responder isso da perspectiva da centro-direita e da centro-esquerda.

Candidaturas como a de Luciano Huck, João Dória, Armínio Fraga, ou qualquer outro que represente a centro-direita, terão o desafio obter sucesso onde Alckmin fracassou: a tarefa de reduzir a extrema direita a sua margem mais radical, roubando-lhe os adeptos conservadores moderados, ao passo que catalisaria uma larga fatia do centro antipetista. Mas isso não é só. Para sair-se vitoriosa, tal candidatura de centro-direita teria que contar com uma boa fatia de votos da centro esquerda.

Sua única chance de isso acontecer seria conseguir

a terra é redonda

ir para o segundo turno contra Bolsonaro, pois aí os eleitores da centro-esquerda seriam forçados em massa a evitar o “mal maior”. Se Bolsonaro mantiver a sua base de apoio, tal tarefa será difícil, pois certamente haverá candidatos viáveis de centro-esquerda na disputa do primeiro turno. A centro-direita está espremida, incapaz de galgar as escarpas do fosso quântico no qual meteu a si e a todo o país, seja para um lado, seja para outro.

Já a centro-esquerda tem um desafio bastante diverso pela frente: atrair eleitores do outro lado do fosso. Como ela abarca praticamente todas as forças a sua esquerda, sua tarefa é conquistar adeptos do outro campo. Há um elemento positivo aqui, pois o antipetismo, que foi muito eficaz em roubar votos do PT no pleito passado, é uma chaga moral-cognitiva que não se encaixa perfeitamente na metáfora física da polarização. Durante a eleição ele foi explorado por praticamente todos os candidatos, menos Haddad, é claro. E mesmo dentro do PT há quem namore com tal “ideologia”.

A despeito da continuidade do clima eleitoral, o passar do tempo, as seguidas gafes e confusões engendradas por Bolsonaro e caterva, e a confusão com que a mídia grande cobre o governo – ora apoiando, ora execrando suas ações – podem ter um efeito deletério sobre o alto nível de ideologização em que se meteram vários de nossos concidadãos, contribuindo assim para desinflar o antipetismo.

Para além dessa especulação com um tanto de *wishfulthinking* de minha parte, voltemos ao grande desafio da centro-esquerda que é a da conquista ou reconquista dos adeptos do outro campo. Esse desafio é propriamente de natureza comunicacional.

Como já discuti em maior detalhe em outra oportunidade, a eleição de Bolsonaro marcou uma virada no paradigma comunicacional da campanha eleitoral. Os canais usuais de comunicação com o eleitorado (estrutura partidária para fazer campanha direta, tempo no Horário Gratuito da Propaganda Eleitoral e apoio da mídia grande) soçobraram frente à estratégia de construção de longo prazo da candidatura de Bolsonaro no Facebook, à usina de *fakenews* que se instalou no WhatsApp – aparentemente por intermédio do financiamento ilegal da prática do *firehosing* –, e ao poder comunicacional das igrejas evangélicas.

Mas essa não foi uma mudança somente da forma de se fazer campanha. O maior problema para a centro-esquerda é a mudança de natureza da comunicação em si. Até a penúltima eleição as forças políticas davam enorme importância para o aspecto deliberativo da discussão política, isto é, à ideia de que a decisão pelo voto, ou mesmo a adesão ideológica, se dava por meio do convencimento racional do indivíduo.

É claro que qualquer marqueteiro sabe que o aspecto emocional sempre foi muito importante na conquista do eleitor. Mas ele sempre foi acessório aos bons argumentos. Mesmo as enormes *fakenews* produzidas pela grande mídia ao longo dos anos – sequestro de Abílio Diniz, escândalos falsos, bolinha de papel, etc. – também tiveram

a terra é redonda

papel acessório aos esforços de campanha da centro-direita. O papel central do bom argumento se refletia na importância dos debates, solenemente desprezados por Bolsonaro em 2018. Em certo sentido, a existência do centro político era baseada nessa natureza deliberativa do processo comunicacional da eleição.

É claro que a adesão da centro-direita a esse modelo deliberativo era em parte histórico - muitos de seus membros migraram de posições mais à esquerda - e em parte instrumental. Já a esquerda é impregnada, ainda que por vezes inconscientemente, por uma concepção deliberativista de democracia, segundo a qual as pessoas são tomadas como dotadas de autonomia para tomarem decisões racionais a partir das informações que recebem. É claro que a propaganda sempre exagera ou embeleza, mas a mentira deslavada e a pura manipulação não me parece fazerem parte do repertório da comunicação política da centro-esquerda.

A maior parte da propaganda eleitoral do PT em 2018 foi baseada na ideia de que bastava mostrar quem é Haddad, o que ele fez no Ministério da Educação e na Prefeitura de São Paulo, para convencer o eleitor de sua superioridade quando comparado aos adversários.

Se a análise acima está correta, então há pouca esperança na recomposição de um centro político, pois as condições comunicacionais para sua existência já não mais existem. Precisaríamos reverter a transformação tecnológica dos meios de comunicação ou que alguma mudança ainda inimaginada pusesse a comunicação política em outras bases.

Se a batalha pelo centro é fútil, qual seria a chance das forças que não aderiram ao bolsonarismo? Enquanto houver extrema-direita, a centro-direita estará comprimida entre ela e a centro-esquerda. Uma saída possível seria a radicalização à esquerda da centro-esquerda, algo que tanto a mídia como setores da própria esquerda desejam. Isso abriria mais espaço para a centro-direita, mas tem poucas chances de acontecer.

Incapaz de recompor o centro, a centro-esquerda vê-se perante o desafio de fazer eleitores/cidadãos cruzarem o fosso quântico para seu lado. O problema é que lhe faltam meios para fazê-lo. O bom argumento não vai funcionar e sua disposição ou mesmo condição para entrar com a cara e a coragem no mundo da pós-verdade me parecem pífias, não sem razão.

Sim, vivemos em um mundo bem estranho!

***João Feres**

Júnior

é professor de ciência política do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP), da UERJ. É coordenador do GEMAA - Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa (<http://gemaa.iesp.uerj.br/>) e do LEMEP - Laboratório de Estudos de Mídia e Espaço Público