



# UMA LONGA CAMPANHA

ELEIÇÕES AMERICANAS DE 2008





## Volume 12, Número 10

### Programas de Informações Internacionais:

Coordenador	Jeremy F. Curtin
Editor executivo	Jonathan Margolis

Diretor de criação	George Clack
Redator-chefe	Richard W. Huckaby
Editora-gerente	Anita N. Green
Gerente de produção	Christian Larson
Assistente de gerente de produção	Sylvia Scott
Revisora de português	Marília Araújo
Produtora Web	Janine Perry
Editora de cópias	Rosalie Targonski
Editora de fotografia	Maggie J. Sliker
Ilustração da capa	Timothy Brown
Especialista em referências	Anita N. Green

#### *Ilustração da capa:*

*Pai, com o filho no colo, usa urna eletrônica em Ohio para votar nas eleições de 2006 Amy Sancetta©AP Images*

O Bureau de Programas de Informações Internacionais do Departamento de Estado dos EUA publica uma revista eletrônica mensal com o logo *eJournal USA*. Essas revistas analisam as principais questões enfrentadas pelos Estados Unidos e pela comunidade internacional, bem como a sociedade, os valores, o pensamento e as instituições dos EUA.

A cada mês é publicada uma revista nova em inglês, seguida pelas versões em francês, português, espanhol e russo. Algumas edições também são traduzidas para o árabe, o chinês e o persa. Cada revista é catalogada por volume e por número.

As opiniões expressas nas revistas não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA. O Departamento de Estado dos EUA não assume responsabilidade pelo conteúdo nem pela continuidade do acesso aos sites da internet para os quais há links nas revistas; tal responsabilidade cabe única e exclusivamente às entidades que publicam esses sites. Os artigos, fotografias e ilustrações das revistas podem ser reproduzidos e traduzidos fora dos Estados Unidos, a menos que contenham restrições explícitas de direitos autorais, em cujo caso é necessário pedir permissão aos detentores desses direitos mencionados na publicação.

O Bureau de Programas de Informações Internacionais mantém os números atuais e os anteriores em vários formatos eletrônicos, bem como uma relação das próximas revistas em <http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa.html>. Comentários são bem-vindos na Embaixada dos EUA em seu país ou nos escritórios editoriais:

Editor, *eJournal USA*  
IIP/PUBJ  
U.S. Department of State  
301 4th St. S.W.  
Washington, D.C. 20547  
United States of America  
E-mail: [eJournalUSA@state.gov](mailto:eJournalUSA@state.gov)

# Sobre Esta Edição

**E**m uma verdadeira democracia, as pessoas são livres para discordar. À medida que entrarmos no ciclo eleitoral de 2008, veremos candidatos, eleitores, pesquisadores de opinião e analistas concordarem e discordarem sobre praticamente tudo. Os eleitores escolhem o presidente com base nos problemas da nação ou nas qualidades de liderança? O Colégio Eleitoral funciona ou o sistema eleitoral deveria ser mudado? As pesquisas eleitorais significam alguma coisa meses antes das eleições?

Muito antes das eleições de 2008, as campanhas já estão bem adiantadas, os candidatos à Presidência já realizaram vários debates, a propaganda eleitoral surge em toda parte e resultados de pesquisas eleitorais são freqüentemente divulgados na internet. Nas eleições de 2008, os eleitores americanos terão a oportunidade de votar para presidente e vice-presidente, deputados e senadores, representantes estaduais e locais e iniciativas de plebiscito. Há muita coisa em jogo. Como vários autores apontam nesta revista, essa é a primeira eleição em 80 anos em que não há presidente ou vice-presidente em exercício concorrendo. Os especialistas em política Charlie Cook e Jerry Hagstrom fornecem informações para compor o cenário. Em um campo aberto, com 18 candidatos presidenciais na disputa até o fechamento desta revista, ninguém se aventura a apontar um vencedor.

As eleições presidenciais são apenas parte da história. No sistema americano de governo, que é dividido, o resultado das eleições parlamentares determinará o sucesso do próximo presidente no cumprimento de sua agenda. O professor de Governo L. Sandy Maisel discorre sobre o papel do Congresso e o impacto potencial das eleições parlamentares.

O pesquisador democrático Daniel Gotoff relata o que as pesquisas de opinião revelam sobre as intenções dos eleitores face às eleições de 2008 e como as questões polêmicas atuais podem influenciar o ciclo eleitoral. A pesquisadora republicana Kellyanne Conway enfoca a mulher eleitora, a importância do seu voto nas próximas eleições e as questões de interesse feminino.

Três especialistas compartilham suas perspectivas sobre o papel da mídia nas campanhas eleitorais. O jornalista político veterano do *Washington Post* Jim Dickenson relata, em pessoa, como é um dia na vida de um repórter que cobre eleições. O guru da internet Andy Carvin descreve como o jornalismo cidadão, os blogs, a arrecadação de fundos pela internet e os sites de relacionamento afetam o processo político, não podendo, portanto, ser ignorados na temporada eleitoral de 2008. O pesquisador John Zogby discute o valor da informação obtida por meio de pesquisas de opinião pública.

Por fim, nos detemos no processo. O sistema eleitoral dos EUA é perfeito? Certamente que não – nenhum sistema é perfeito. Jan Witold Baran discorre sobre a legislação destinada a corrigir os problemas relacionados com o financiamento das campanhas.

O Colégio Eleitoral, sistema de votação estado por estado sob o qual os presidentes americanos são eleitos, tem sido debatido durante toda a sua história; os especialistas Ross K. Baker e Jamie Raskin apresentam argumentos a favor e contra a utilização do sistema. Paul S. DeGregorio, ex-presidente da Comissão de Assistência Eleitoral dos EUA, discute os esforços para melhorar o processo eleitoral nos estados.

Qual será a história das eleições americanas de 2008? As eleições são um novo começo, uma oportunidade para os eleitores irem às urnas e votarem de acordo com suas crenças. O sistema eleitoral é um processo em contínua evolução, mas os americanos interessados podem e vão à internet, se organizam, registram-se para votar, fazem doações para candidatos, patrocinam encontros de seus candidatos com os eleitores, tornam-se fiscais ou juízes eleitorais locais e contribuem ativamente e de muitas formas para melhorar o sistema.

*Os editores*



DEPARTAMENTO DE ESTADO DOS EUA / OUTUBRO DE 2007 / VOLUME 12 / NÚMERO 10  
<http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa.html>

---

## UMA LONGA CAMPANHA: ELEIÇÕES AMERICANAS DE 2008

### **4 Como a Internet Está Modificando a Arena Política**

ANDY CARVIN, EX-DIRETOR, REDE DE COMBATE À EXCLUSÃO DIGITAL  
Políticos candidatos e cidadãos comuns utilizam a tecnologia on-line de forma inovadora para influenciar os eleitores.

### **8 Nova Tecnologia de Votação: Problema ou Solução?**

PAUL S. DE GREGORIO, EX-PRESIDENTE, COMISSÃO DE ASSISTÊNCIA ELEITORAL DOS EUA  
À medida que os sistemas eletrônicos de votação entram no domínio do processo eleitoral, as democracias devem assegurar que todos os cidadãos possam votar com liberdade, facilidade e segurança.

### **12 Votar pela Primeira Vez**

REBECCA ZEIFMAN, BUREAU DE PROGRAMAS DE INFORMAÇÕES INTERNACIONAIS, DEPARTAMENTO DE ESTADO DOS EUA  
Duas jovens americanas falam sobre votar pela primeira vez e o que o voto significa para elas.

### **14 Eleições Parlamentares**

L. SANDY MAISEL, PROFESSOR DE GOVERNO, FACULDADE COLBY, WATERTVILLE, MAINE  
Como Poder Legislativo do governo dos EUA, o Congresso compartilha a tomada de decisões com o presidente, e os resultados das eleições parlamentares são importantes para a formulação de políticas.

### **17 A Mudança do Eleitor Americano**

DANIEL GOTOFF, SÓCIO, LAKE RESEARCH PARTNERS, WASHINGTON, D.C.  
Recente pesquisa de opinião pública revela preocupações, crenças e sentimentos dos cidadãos americanos que se preparam para as eleições de 2008, e os resultados indicam que os americanos desejam mudanças.

### **20 Eleitoras nos Estados Unidos**

KELLYANNE CONWAY, PRESIDENTE E DIRETORA EXECUTIVA, THE POLLING COMPANY, TMINC., WASHINGTON, D.C.  
Por representar mais da metade do eleitorado americano, as mulheres influenciam de forma significativa os resultados das eleições e, ao contrário do que dizem alguns, as pesquisas mostram que elas se preocupam com várias questões.

**24 Cobertura da Campanha Presidencial: Sob a Perspectiva Vista do Ônibus da Imprensa**

JIM DICKENSON, JORNALISTA POLÍTICO, *WASHINGTON POST*

Jornalista veterano descreve a vida na estrada com um candidato a presidente, das partidas às 6h a coletivas de imprensa às 23h.

**28 Pesquisas Eleitorais: Por Que não Podemos Viver sem Elas**

JOHN ZOGBY, PRESIDENTE, ZOGBY INTERNATIONAL, WASHINGTON, D.C.

As pesquisas revelam muito mais do que simplesmente que candidatos estão na frente na corrida pelos votos dos cidadãos. Elas também exploram os valores e as preocupações dos eleitores com relação aos problemas atuais.

**31 Um Novo Começo**

ENTREVISTA COM CHARLIE COOK, REDATOR E EDITOR, *COOK POLITICAL REPORT*, E JERRY HAGSTROM, EDITOR COLABORADOR, *NATIONAL JOURNAL*,

Dois especialistas em política discutem os aspectos singulares da eleição presidencial de 2008 nos EUA.

**36 Como Serão Financiadas as Eleições Americanas de 2008**

JAN WITOLD BARAN, SÓCIO, WILEY REIN LLP, WASHINGTON, D.C.

A Comissão Eleitoral Federal exerce rígido controle sobre a arrecadação e os gastos de recursos nas campanhas políticas, e cabe aos candidatos decidir qual a melhor forma de alocar os fundos disponíveis e se devem ou não aceitar financiamento público.

**40 O Colégio Eleitoral Continua Útil?**

Dois acadêmicos debatem os prós e contras do Colégio Eleitoral, o sistema pelo qual os Estados Unidos escolhem seu presidente.

**O Colégio Eleitoral ainda é útil no século 21**

ROSS K. BAKER, PROFESSOR DE CIÊNCIA POLÍTICA, UNIVERSIDADE RUTGERS, NEW BRUNSWICK, NOVA JERSEY.

**Usemos o Colégio Eleitoral para dar aos Estados Unidos uma votação popular nacional para presidente**

JAMIE RASKIN, SENADOR PELO ESTADO DE MARYLAND E PROFESSOR DE DIREITO CONSTITUCIONAL, UNIVERSIDADE AMERICANA, WASHINGTON, DC.

**46 Bibliografia**

**47 Recursos na Internet**



**Vídeo on-line**

• *Um Novo Começo*

Conversa com Charlie Cook e Jerry Hagstrom em vídeo do IIP

• *Governos Locais Conduzem Todas as Eleições nos EUA*

Vídeo de noticiário da Voz da América

• *Candidatos à Presidência Mostram Nova Diversidade*

Vídeo de noticiário da Voz da América

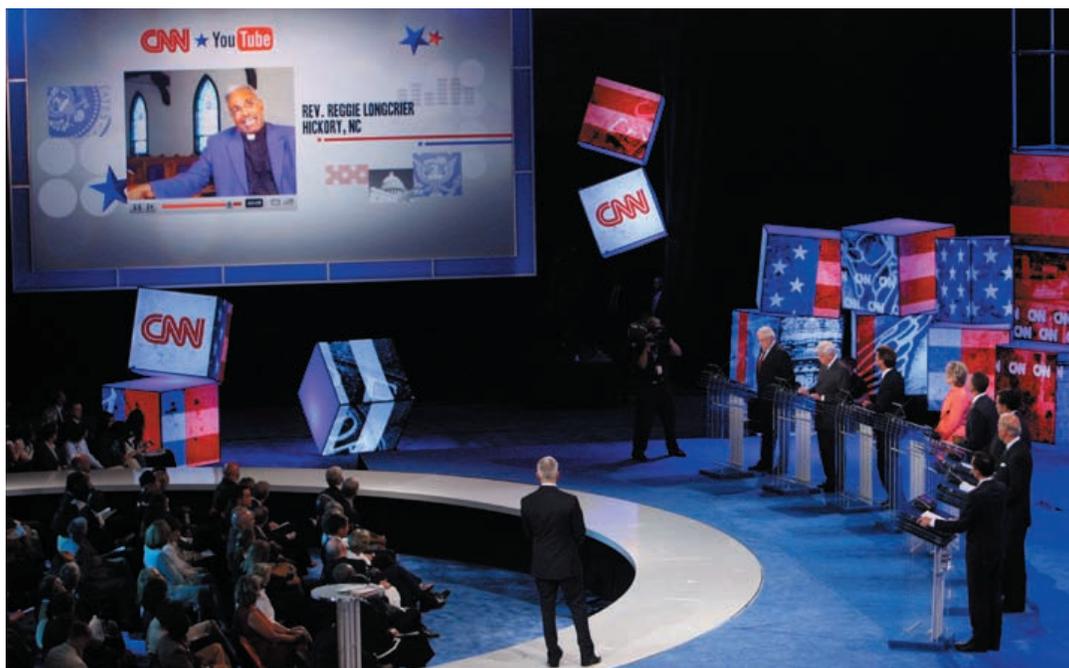
• *Onde a População Rural se Encaixa nas Eleições de 2008?*

Vídeo do Centro de Estratégias Rurais (Usado com permissão)

<http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1007/ijde/ijde1007.htm>

# Como a Internet Está Modificando a Arena Política

Andy Carvin



Charles Dharapak/© AP Images

Os democratas presidenciais Mike Gravel, Chris Dodd, John Edwards, Hillary Clinton, Barack Obama, Bill Richardson, Joseph Biden, e Dennis Kucinich ouvem a pergunta do Reverendo Reggie Longcrier de Hickory, Carolina do Norte, ao participar de um debate patrocinado por CNN, YouTube e Google na escola militar Citadel, em Charleston, Carolina do Sul, em julho de 2007

*A internet revolucionou a comunicação na última década ao atrair pessoas com todos os objetivos imagináveis. O autor discute várias inovações on-line que entraram em ação na arena política quando candidatos e — até de forma mais criativa — cidadãos passaram a usar a tecnologia para influenciar os eleitores. Andy Carvin mantém um blogue chamado Learning.now para o Serviço Público de Radiodifusão Rede de Combate à Exclusão Digital [http://www.digitaldivide.net], do qual é ex-diretor.*

**T**s eleições gerais americanas de 2008 serão sem dúvida um divisor de águas na história dos EUA, mas não necessariamente por causa de algum candidato ou alguma política em particular. Como foi o caso em ciclos eleitorais recentes, a internet tornou-se uma ferramenta política potente para propósitos de campanha, arrecadação de fundos e engajamento cívico. Porém, o que torna este ciclo eleitoral tão interessante é

o fato de muitas das inovações que estão ocorrendo não partirem de campanhas ou de políticos, mas do público americano.

O acesso à internet é sem dúvida um fenômeno novo nos Estados Unidos. Com início em meados dos anos 1990, milhões de americanos adquiriram acesso à internet e habilidades tecnológicas, tanto em casa como no trabalho ou na escola. De acordo com um relatório da Pew Internet and American Life Project de junho de 2007, 71% de todos os americanos adultos tinham acesso à internet em casa e quase 50% deles tinham acesso rápido de banda larga.

Da mesma forma, a grande maioria das escolas públicas e bibliotecas dos EUA está on-line. Ainda existem lacunas em termos de acesso e habilidades entre populações privadas de direitos civis ou privilégios, especialmente no que se refere a níveis de educação e de renda, bem como entre idosos, pessoas portadoras de deficiência e minorias étnicas. Mas a tendência geral na última década foi de aumento significativo

da penetração da internet.

Quando o público americano começou a usar a internet, grande parte do conteúdo disponível on-line havia sido produzida por profissionais ou pessoas com conhecimentos tecnológicos especializados. A publicação on-line tinha como pré-requisito habilidades tecnológicas, bem como a capacidade de produzir grandes quantidades de conteúdo de boa qualidade. Em particular, o áudio e o vídeo on-line eram geralmente considerados reino dos maiores veículos de comunicação.

Entretanto, isso não significava que a internet fosse destituída de conteúdo produzido pelo público. Com início no final dos anos 1990, um número sempre crescente de pessoas começou a publicar suas próprias páginas pessoais, ou "Web logs", sobre suas ações. Algumas eram bem interessantes; muitas outras não. Mas a idéia dos *Web logs*, ou blogues, não saiu da cabeça de alguns desenvolvedores Web, e eles começaram a projetar ferramentas para facilitar a todos a publicação de textos on-line. Esse fenômeno desenvolveu rapidamente sua própria terminologia, em que "Web 2.0" e "mídia social" tornaram-se algumas das formas mais comuns de descrever essa tendência.

### COMUNIDADES VIRTUAIS

Um número crescente de usuários de internet começou a participar também de comunidades on-line. Essas comunidades não eram de forma alguma um fenômeno novo — grupos de e-mails e comunidades de sistemas de quadro de avisos (BBS) existiam desde os anos 1970 — mas, à medida que o uso da internet foi tendo maior penetração, os tipos de grupos formados on-line também foram aumentando. Em vez de serem dominadas por grupos voltados para a tecnologia, as pessoas começaram a formar comunidades geográficas, tais como as de cidades ou bairros, bem como comunidades de interesse, como as de passatempos ou associações profissionais.

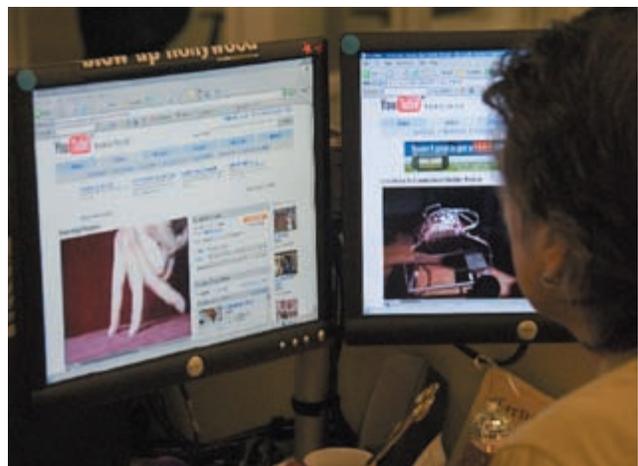
No começo dos anos 2000, a geração de blogues em particular havia se desenvolvido muito, com milhares de pessoas criando seus próprios blogues. Em questão de anos, esses milhares se tornaram milhões. Não demorou muito para que algumas pessoas publicassem diários sobre questões políticas. Em pouco tempo, os blogueiros estavam reunindo pessoas em torno de candidatos ou de causas políticas de interesse comum. Começaram a usar as comunidades on-line como ferramenta para coordenar a interação entre eles.

Um dos primeiros exemplos conhecidos dessas comunidades de base on-line — ou "*netroots*" como são também conhecidas — é a campanha presidencial de

Howard Dean de 2004. Antes considerado pela mídia e pelos analistas de pesquisa de opinião um candidato de terceira linha, Dean conseguiu enorme apoio on-line por meio do uso de blogues, e-mails em massa e discussões em comunidades on-line. Logo, Dean estava recebendo apoio político, inclusive contribuições de campanha, de milhares de pessoas em todo o país. À medida que o seu perfil on-line crescia e ao constatar seu sucesso no levantamento de fundos e a popularidade entre as *netroots*, os principais meios de comunicação começaram a dedicar-lhe mais espaço também. Quase do nada, ele tornou-se uma força política considerável. Embora no final tenha perdido a indicação pelo Partido Democrata, suas técnicas bem-sucedidas de organização on-line ajudaram a desenvolver uma infra-estrutura de ativistas liberais on-line preparados para mobilização em torno de outras causas.

Outras *netroots* precederam a campanha de Dean e continuam até hoje. Por exemplo, os fundadores de uma empresa de software na área de São Francisco começaram a enviar e-mails para amigos e colegas em 1997, pedindo-lhes que insistissem com seus representantes eleitos para que encerrassem o processo de *impeachment* contra o então presidente Bill Clinton e passassem para outras questões políticas. A campanha por e-mail teve tão boa repercussão que seus amigos e colegas começaram a reenviar as mensagens para outras pessoas. Com o passar do tempo, a pequena campanha transformou-se na atual organização de políticas públicas voltada para causas progressistas, em particular o fim da guerra no Iraque. A MoveOn.org é agora uma das mais poderosas comissões de ação política dos Estados Unidos, com milhões de usuários da internet participando de suas campanhas políticas por e-mail.

### UGC E REDES SOCIAIS



O YouTube, serviço de compartilhamento de vídeo na internet, está desempenhando um papel na política dos Estados Unidos

Cameron Bloch/© AP Images



Lauren Burke/© AP Images

Seção especial para blogueiros é montada próxima aos redatores dos principais veículos de radiodifusão e mídia impressa na Convenção Democrática Nacional. O “Blogger’s Boulevard” cobriu a convenção política nacional ao vivo pela primeira vez em 2004 em Boston, Massachusetts

Nas eleições parlamentares de 2006, duas novas tendências de internet representavam exemplos do que estaria por vir no ciclo de 2008. Primeiro, testemunhamos uma explosão daquilo que é com frequência descrito como “conteúdo gerado pelo usuário”, ou UGC. O UGC é basicamente qualquer tipo de material on-line produzido por amadores, inclusive texto, fotos, áudio e vídeo. Um exemplo internacionalmente conhecido de UGC é a seqüência da execução de Saddam Hussein, captada por um telefone celular. Enquanto o governo do Iraque divulgava um vídeo oficial documentando os preparativos para a execução, o conteúdo gerado pelo usuário, captado por um observador na hora da execução, provocava manchetes no mundo todo.

Não há falta de conteúdo gerado pelo usuário na internet graças aos sites especializados em compartilhamento de mídia, como o YouTube (para vídeo) e o Flickr (para fotografia). Segundo pesquisa publicada em 2006 pelo Pew Internet and American Life Project, aproximadamente 40 milhões de americanos publicaram alguma forma de UGC on-line, enquanto um entre sete usuários de internet mantinha um blogue.

Durante o ciclo eleitoral de 2006, nenhum incidente mostrou mais o poder do UGC do que o assim chamado episódio macaca.

Enquanto fazia campanha para reeleição, o senador da Virgínia George Allen foi seguido regularmente por um jovem chamado S.R. Sidarth, que trabalhava na campanha de seu adversário, Jim Webb. O papel de Sidarth era gravar

as aparições públicas de Allen em vídeo e capturar tudo o que ele dizia publicamente, caso isso pudesse ser usado pela campanha de Webb. Em um comício em agosto daquele ano, Allen reconheceu publicamente a presença de Sidarth perante os participantes, referindo-se a ele em duas ocasiões como “Macaca”. Sidarth, que tem descendência indiana, publicou o videoclipe dos comentários de Allen no YouTube e em outros sites da Web, onde foi logo visto por centenas de milhares de usuários de internet. Logo o vídeo tornou-se um grande problema de campanha, e Allen teve de defender-se de acusações de que a palavra “macaca”, que é um gênero de primata, teria sido usada de forma racialmente depreciativa.

Allen desculpou-se e insistiu que a palavra não tinha significado pejorativo para ele. Mais tarde naquele mês de novembro, Allen perdeu as eleições por uma pequena margem de votos, e muitos comentaristas especularam que o conteúdo gerado pelo usuário, captado por Sidarth, havia contribuído para a derrota de Allen para Jim Webb.

O conteúdo gerado pelo usuário provavelmente não teria se tornado uma força maior em política on-line se não fosse por uma segunda tendência importante: o aumento das redes sociais on-line. Comunidades on-line existem desde os primórdios da internet. Mas nos últimos anos, o número e o tamanho dessas comunidades cresceram significativamente com o desenvolvimento da tecnologia, que facilitou a transferência de conteúdos e a interação entre os usuários. Sites como MySpace e Facebook ampliaram-se de comunidades usadas por nichos de adolescentes e estudantes universitários para potências on-line, compostas por dezenas de milhões de membros. Segundo relatório da Ipsos Inc. de julho de 2007, 24% dos usuários de internet participaram de redes sociais no mês anterior, enquanto um terço deles fez download de vídeos. Durante a campanha de 2006, os candidatos tiraram vantagem dessas tendências ao criar perfis pessoais on-line nos principais sites de relacionamento, enquanto alguns publicaram anúncios de campanha, bem como outros materiais multimídia.



Charles Dharapak/© AP Images

Em 2003, o então diretor de Comunicações da Casa Branca, Dan Bartlett, participa de um webchat com cidadãos americanos diretamente da Casa Branca

## INOVAÇÕES ON-LINE PARA 2008

O ciclo eleitoral de 2006 foi apenas uma amostra do que poderá ser o de 2008. Desde a campanha para eleição presidencial anterior, os pré-candidatos começaram a fazer as redes sociais avançarem um passo com a criação de redes de relacionamento dedicadas especificamente às suas campanhas. Os candidatos democratas Barack Obama e John Edwards em particular destacaram-se por suas grandes redes sociais, usando essas ferramentas para reunir simpatizantes e, naturalmente, atrair contribuições para seus cofres de campanha.

Candidatos dos dois maiores partidos políticos adotaram o vídeo on-line como uma forma natural de interação com suas bases, alguns deles até anunciando sua candidatura por transmissão em vídeo.

Da mesma forma que os candidatos começaram a criar suas redes de relacionamento, estamos vendo agora uma tendência totalmente nova, na qual membros do público também criam suas próprias redes, reunindo pessoas que compartilham as mesmas orientações políticas. Não se ouvia falar em redes de relacionamento criadas pelo usuário até o final de 2006, mas, desde então, em um curto espaço de tempo, ferramentas on-line como a Ning.com possibilitaram a qualquer pessoa a criação de uma rede de relacionamento voltada para um determinado nicho. Atualmente, as pessoas, bem como novas campanhas com finanças limitadas, podem usar essas

ferramentas para construir uma *netroot*.

Recentemente houve também o desenvolvimento de redes sociais com o fim específico de captar recursos. Um desses sites mais interessantes é o Change.org. Criada originalmente para permitir que pessoas se juntassem em torno de causas beneficentes, a rede social redesenhou sua estrutura para permitir a reunião de pessoas em apoio a causas políticas ou candidatos. Por exemplo, um grupo de ativistas pelo direito ao porte de armas poderia usar esse site para formar um comitê informal de ação política e levantar

fundos em apoio a candidatos que concordem com suas posições políticas. Se esse candidato ainda não tiver sido selecionado, o Change.org manterá os recursos em conta bloqueada até sua nomeação pelo partido político pertinente. E quando um candidato recebe oficialmente o dinheiro desses ativistas on-line, seu oponente recebe uma carta comunicando que o outro candidato está de posse do dinheiro do Change.org, informando-o de que os cidadãos estão captando fundos para serem usados contra ele devido à sua posição relativa à questão.

Em resumo, embora a Campanha de 2008 ainda não tenha deslanchado, uma coisa é certa. A internet mudou para sempre a forma de interação entre os candidatos e o eleitorado dos EUA. Outros candidatos, além dos favoritos, poderão ser bem-sucedidos no levantamento de fundos, e os candidatos não terão mais controle total sobre as mensagens. O público adotou as ferramentas da Web 2.0 para fazer com que suas vozes sejam ouvidas; agora, resta saber se os candidatos irão ouvi-las. ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# Nova Tecnologia de Votação: Problema ou Solução?

Paul S. DeGregorio



Rajesh Kumar Singh © AP Images

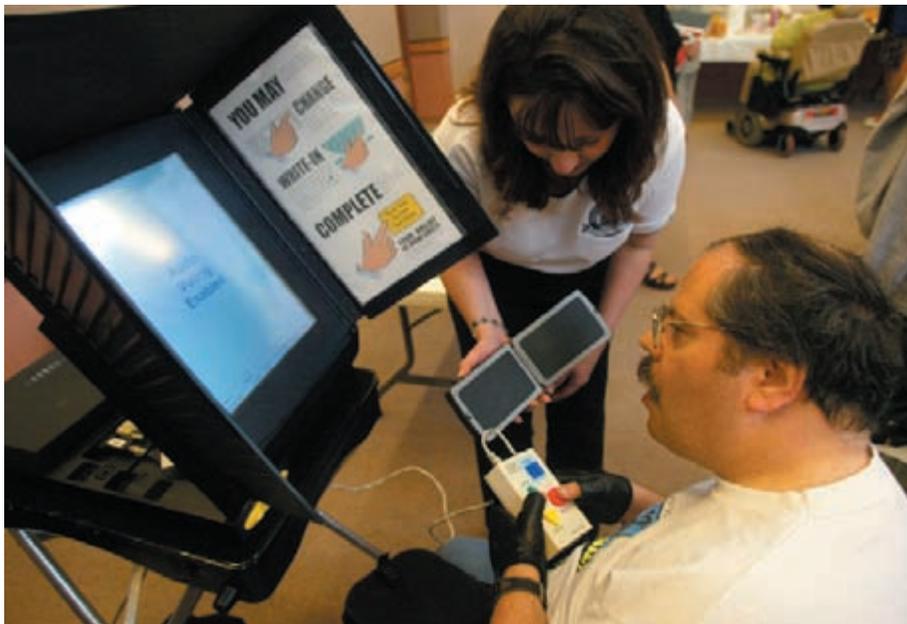
Na Índia, autoridade eleitoral verifica as urnas eletrônicas antes das eleições em maio de 2007

*Como muitas outras democracias, os Estados Unidos estão verificando a necessidade de melhorar seu processo de votação para garantir que todos os cidadãos votem com liberdade, facilidade e segurança. Um especialista em eleições descreve as medidas que o governo dos EUA adotou para facilitar a votação em todo o país e discute as vantagens e desvantagens dos sistemas eletrônicos de votação, à medida que a tecnologia entra no domínio do processo eleitoral. Paul S. DeGregorio é ex-presidente da Comissão de Assistência Eleitoral dos EUA e atuou durante 22 anos como especialista em eleições em mais de 20 países.*

**D**urante a última década, o mundo passou a dar grande importância ao processo de votação. Muitos países, tanto ricos quanto pobres, desenvolvidos ou em desenvolvimento, estão usando novas tecnologias para escolher seus líderes. Eleitores na

Índia, a maior democracia do mundo, votam usando urnas eletrônicas com teclas, enquanto eleitores no Haiti, o país mais pobre do Hemisfério Ocidental, apresentam um cartão de identificação moderno com foto e impressão digital para receber sua cédula. De fato, na Estônia (Estônia, como gostam que chamem seu país), os eleitores podem agora usar um cartão inteligente para votar pela internet de qualquer parte do mundo.

Nos Estados Unidos, mais de 90% dos votos são depositados ou contados eletronicamente. Cada local de votação deve cumprir o requisito da lei de ter um dispositivo de votação que permita aos portadores de deficiência votar de forma confidencial e independente. Portanto, um eleitor cego pode colocar fones de ouvido e tocar em uma tela ou teclas para dar seu voto — de forma sigilosa. Os Estados Unidos são o único país no mundo com esse tipo de exigência.



Keith Muccilli/Home News Tribune© AP Images

Conforme exigência da Lei para Auxiliar os Norte-Americanos a Votar, uma tecnologia nova ajuda eleitores portadores de deficiência na hora do voto

Eleitores com outras necessidades especiais, como aqueles que não têm o inglês como primeira língua, também são ajudados por essa nova tecnologia. No Condado de Los Angeles, na Califórnia, as cédulas vêm em oito idiomas. É evidente que novas tecnologias podem ajudar de forma preponderante os eleitores portadores de deficiência física ou com barreiras lingüísticas.

A maioria desses novos recursos tecnológicos para eleições, entre outros, foi introduzida nos últimos 10 anos. E, a cada ano, mais países introduzem novos métodos para tornar as votações acessíveis a todos os segmentos da sociedade.

Essas novas tecnologias ajudam a melhorar o acesso dos eleitores às votações e o baixo comparecimento às urnas? Todos os segmentos da população confiam nelas? Ou trazem novos problemas e são injustas privilegiando certos eleitores? Essas são questões importantes que estão sendo debatidas particularmente nos países e na comunidade internacional.

### MELHORIA DO PROCESSO ELEITORAL NOS EUA

Nos Estados Unidos, o processo eleitoral recebeu atenção redobrada em âmbito interno e externo após a eleição presidencial de 2000 quando, durante um período de seis semanas, ninguém tinha certeza de quem havia ganhado a eleição para presidente. Os termos "*hanging*" [penduradas], "*pregnant*" [abauladas] e "*dimpled*" [indentadas] tornaram-se parte do léxico mundial para caracterizar as partículas de

papel das cédulas mal perfuradas. A condução do processo de eleições nos Estados Unidos percorreu um longo caminho desde aquele momento crítico. Em 2002, o Congresso dos EUA aprovou a histórica Lei para Auxiliar os Norte-Americanos a Votar, conhecida como HAVA que, pela primeira vez, prestou importante ajuda federal aos 50 estados, ao Distrito de Colúmbia e aos territórios dos EUA para melhorar o processo eleitoral. De fato, tem havido mais leis e regulamentos promulgados nos Estados Unidos durante os últimos sete anos do que nos 200 anos anteriores da história americana.

Bem parecido ao que ocorre na Holanda, na Inglaterra, no Japão e em vários outros países, todas as eleições nos Estados Unidos são locais, isto é, são administradas por autoridades locais que tomam a maior parte das decisões sobre que método de votação deve ser empregado pelos eleitores de sua jurisdição. A HAVA deu aos funcionários eleitorais estaduais mais autoridade para supervisionar e regulamentar as entidades locais. Na maioria dos estados, um secretário estadual, funcionário estadual eleito pela chapa do partido, é a principal autoridade eleitoral. Em alguns estados, incluindo Nova York e Illinois, um conselho eleitoral bipartidário supervisiona o processo de votação. Os Estados Unidos são o único país a adotar um sistema em que mais de 70% das autoridades eleitorais locais são eleitas pelos partidos, com cargos como oficial de justiça do condado, auditor do condado e supervisor de eleições. Essas autoridades são responsáveis pelos eleitores a cada quatro anos.

A Lei para Auxiliar os Norte-Americanos a Votar criou uma agência federal, a Comissão de Assistência Eleitoral (EAC), para dar um foco nacional ao controle do processo das eleições e, pela primeira vez na história dos Estados Unidos, destinou mais de US\$ 3 bilhões em recursos federais para melhorar o processo de votação. A EAC [<http://www.eac.gov>], que começou seu trabalho no final de 2003, é um órgão de quatro membros, composto de dois democratas e dois republicanos indicados pelo presidente e confirmados pelo Senado dos EUA. Eu estava entre os primeiros indicados para a EAC e atuei como presidente da comissão em 2006.

Além de distribuir recursos, a EAC também estabeleceu novas normas para o uso de tecnologia nas votações, normas que estão sendo seguidas estritamente por outros países. Trabalhando em colaboração com o Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia [<http://www.vote.nist.gov>], a EAC estabeleceu diretrizes importantes para novos sistemas de votação voltadas para fatores humanos e de segurança. Essas diretrizes estão ajudando os estados a assegurar a integridade e a conveniência do uso de dispositivos eletrônicos utilizados por milhões de eleitores em cada eleição. Além disso, a EAC concentrou-se no aspecto administrativo da tecnologia das eleições e está criando vários documentos importantes destinados a ajudar os funcionários eleitorais a administrar elementos importantes dos sistemas eletrônicos de votação, inclusive testes de lógica e precisão. Nos últimos anos, o Conselho da Europa [<http://www.coe.int>] também iniciou um projeto para proporcionar normas semelhantes para sistemas eletrônicos de votação, pois muitos países europeus estão passando a usar urnas eletrônicas.

Talvez um dos maiores desafios para todas as autoridades eleitorais seja o treinamento de funcionários e eleitores nas novas tecnologias de votação. Nos Estados Unidos, onde a idade média dos que trabalham para a

eleição é de 72 anos, a introdução de dispositivos eletrônicos com cartões de memória computadorizados que devem ser verificados e manuseados resultou na carência de 1,3 milhão de trabalhadores para realizar uma eleição em âmbito nacional. Talvez os Estados Unidos devam seguir o exemplo da Bélgica, onde pessoas de 18 anos são convocadas para trabalhar nas eleições.

### **NO FUTURO, A VOTAÇÃO SERÁ PELA INTERNET?**

Com a penetração cada vez maior da internet no mundo todo e, com certeza, em muitos países, o exercício da democracia por meio eletrônico é um conceito que está começando a se instalar e se difundir rapidamente. Assim como o setor privado, candidatos, partidos políticos e governos, todos estão utilizando a internet para levar sua mensagem ao público — e obter resposta a elas. Vários países, inclusive Estônia, Holanda, Suíça e Inglaterra agora permitem que seus cidadãos votem pela internet. Em eleições locais realizadas em maio de 2007 em Swindon, na Inglaterra, por meio de tecnologia segura desenvolvida pela Everyone Counts [<http://www.everyonecounts.com>], os eleitores votaram por telefone, internet, em bibliotecas públicas, pelo correio, com cédula de papel ou usando



Em San José, na Califórnia, cartazes em inglês, espanhol, chinês e vietnamita nos locais de votação obedecem à Lei Federal do Direito ao Voto

qualquer um dos 300 laptops colocados em 65 locais em todo o distrito. Foi um dos projetos piloto mais ambiciosos — e bem-sucedidos — já patrocinados pelo governo britânico.

Em uma sociedade global e móvel, os cidadãos de qualquer país vivendo no exterior enfrentam obstáculos difíceis para participar de eleições. Para enfrentar esse desafio, no final do ano, os eleitores militares da Austrália darão seu voto para o parlamento pela internet. Aproximadamente 6 milhões de americanos no exterior tiveram dificuldade

para votar; a maioria teve de usar um processo postal complexo para exercer seu direito de voto. A Fundação para o Voto no Exterior [<http://www.overseasvotefoundation.org>] e a EAC estimam que mais de um em quatro desses cidadãos que tentam votar não está tendo seus votos contados. Esforços do Programa Federal de Assistência ao Voto dos EUA [<http://www.fvap.gov>]

ajudaram a melhorar o processo, mas um relatório recente do Escritório de Prestação de Contas do Governo dos EUA [<http://www.gao.gov>] indica que ainda há muito a ser feito.

Tendo em vista que o show de televisão mais popular dos Estados Unidos, o *American Idol*, recebeu em quatro horas um número maior de votos (73 milhões) do que os recebidos pelo vencedor das eleições presidenciais de 2004 dos Estados Unidos (62 milhões), não é difícil imaginar que os votantes do *Idol* exigirão o uso de algum tipo de tecnologia móvel quando tiverem idade para votar em eleições presidenciais.

Com o uso cada vez maior da tecnologia nas eleições, aumentou a vigilância e o ceticismo sobre a votação eletrônica. Embora os americanos venham usando urnas eletrônicas desde o final da década de 1980, foi somente após a aprovação da HAVA e a difusão da votação eletrônica em todos os Estados Unidos e o mundo que muitos grupos se organizaram para questionar ou até se opor ao uso desse tipo de dispositivo eletrônico,

particularmente aqueles sem nenhum tipo de confirmação documentada em papel [<http://www.verifiedvoting.com>]. Na Irlanda, onde a contagem manual dos votos preferenciais pode levar até uma semana, a tentativa de introduzir a votação eletrônica para acelerar o processo terminou em fracasso.

Instituições internacionais e outras organizações envolvidas no monitoramento e avaliação das eleições, como o Escritório de Iniciativas Democráticas e Direitos Humanos da Organização para a Segurança e a Cooperação na Europa

[<http://www.osce.org>]; a Ifes, antes denominada Fundação Internacional para Sistemas Eleitorais [<http://www.ifes.org>]; o Centro Carter [<http://www.cartercenter.org>]; e a Electionline [<http://www.electionline.org>] tiveram que desenvolver novas metodologias para descobrir se as eleições envolvendo votação eletrônica eram livres e imparciais. Uma coisa é observar votos em papel contados manualmente; outra completamente diferente é monitorar a captação eletrônica de um voto.



A primeira-dama do Texas, Anita Perry, vota cedo no Fórum do Condado de Travis, em Austin, em novembro de 2006

Harry Cabluck/AP Images

A nova tecnologia eleitoral que tomou conta de nossas democracias coletivas certamente deu mais poder aos eleitores, levou a maior participação e, em muitos casos, melhorou a transparência ao informar os resultados antes que pudessem ser alterados. Contudo, aumentou a confiabilidade dos resultados? É uma questão que permanece sem resposta enquanto a reforma das eleições e o uso de nova tecnologia continuam a ser debatidos em todo o mundo. Não há dúvida, entretanto, que a tecnologia continuará a aperfeiçoar nosso modo de votar — assim como continua a melhorar nosso dia-a-dia. ■

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# Votar pela Primeira Vez

Rebecca Zeifman

*Duas jovens americanas descrevem o significado de votar segundo suas convicções e seu entusiasmo ao votar pela primeira vez. Rebecca Zeifman é redatora do Bureau de Programas de Informações Internacionais do Departamento de Estado dos EUA.*

O direito ao voto é um dos privilégios mais básicos em uma democracia. Nos Estados Unidos, qualquer habitante que seja cidadão americano e tenha no mínimo 18 anos tem direito ao voto.

Para os eleitores que votam pela primeira vez, assinalar a primeira cédula é uma ocasião extraordinária. É a chance de exercitar seu direito garantido pela constituição e participar das tomadas de decisões políticas.

Abaixo, duas eleitoras — uma estudante que acaba de atingir a idade para votar e uma cidadã naturalizada americana há pouco — refletem sobre sua primeira participação no processo eleitoral.

Joanna Fisher é uma estudante universitária de 20 anos de Charlotte, Carolina do Norte, que passa nove meses do ano na faculdade, em Waterville, Maine. Ela votou pela primeira vez em 2005, dando seu voto nas eleições estaduais do Maine.

Fisher jamais duvidou que votaria na primeira oportunidade. "Sempre soube que poderia me registrar para votar tão logo houvesse uma eleição e eu tivesse idade suficiente para fazê-lo", disse ela. "Cresci em uma família cujas pessoas se interessam pela política e pelo que se passa a sua volta."

Mesmo antes de ter idade suficiente para votar, Fisher participava do processo político. Durante a eleição presidencial de 2004, ela tinha 17 anos — apenas um ano menos do que a idade legal. Em vez de votar, Fisher trabalhou na campanha do candidato ao Senado americano, Erskine Bowles, distribuindo folhetos de porta em porta nas imediações da sua casa em Charlotte. Trabalhou também como voluntária na faculdade, ajudando no registro de seus colegas mais velhos. "Essa foi uma eleição realmente importante para mim, e ainda que não tenha votado, trabalhei bastante na campanha eleitoral", afirmou.

Ao completar 18 anos, Fisher fez o seu registro de eleitora. "Meus pais nem precisaram dizer, 'você deve se registrar'", disse



Joanna Fisher, eleitora novata de Charlotte, Carolina do Norte, do lado de fora de seu dormitório na faculdade

ela. "Isso é algo que faz sentido para mim."

Assim, em 8 de novembro de 2005, Joanna se registrou e deu seu primeiro voto minutos mais tarde. "Essa foi apenas uma eleição em Waterville. Uma eleição para prefeito, comissário municipal e coisas realmente locais", explicou ela. "Eu me apresentei com uma carteira de motorista da Carolina do Norte [para identificação]. O registro levou três minutos e depois eu votei."

Desde aquela primeira eleição, Fisher já votou novamente, dessa vez na disputa eleitoral para o governo do estado, em novembro de 2006. Agora ela espera pela disputa eleitoral de 2008. "Estou muito entusiasmada, porque será a primeira vez que votarei em uma eleição presidencial", disse ela. "É uma eleição para quatro anos e trata-se da imagem nacional, para nós e para os outros países."

Malavika Jagannathan, de 23 anos, sentiu entusiasmo semelhante ao de votar pela primeira vez. Como jornalista do *Green Bay Press-Gazette* em Green Bay, Wisconsin, Jagannathan ficou frustrada com a cobertura das eleições no trabalho, porque não pôde participar.

Nascida em Bangalore, Índia, Jagannathan mudou-se



Cortesia: Malavika Jagannathan

Malavika Jagannathan, jornalista do Green Bay Press-Gazette, nova cidadã e nova eleitora, trabalhando na sala de imprensa

com a família para os Estados Unidos em 1995, estabelecendo-se em College Station, no Texas. Desde criança ouvia sua família enfatizar a importância da participação política. "Minha mãe sempre disse que mesmo que nossos passaportes fossem de um país diferente, devíamos ser participantes ativos em qualquer sociedade em que estivéssemos", disse Jagannathan.

Como Fisher, Jagannathan esteve envolvida na política bem antes de poder votar. Durante o ensino médio, foi voluntária do Partido Democrata e do Partido Verde, distribuindo folhetos e organizando o registro de eleitores na escola. "Eu podia armar aqueles pequenos quiosques, mas não podia registrá-los [os outros estudantes] porque eu mesma não era registrada para votar", disse ela.

Segundo Jagannathan, na realidade, sua condição de não-cidadã inspirou-a a envolver-se mais na política. "Eu sabia que não podia votar, mas certamente poderia contribuir de outras maneiras", disse ela. "Penso que essa é parte da razão pela qual participei da política."

Em 14 de dezembro de 2006, Jagannathan tornou-se cidadã americana. No dia seguinte ela foi à prefeitura de Green Bay e respondeu "Sim" à pergunta, "Você é cidadão dos Estados Unidos da América?" na inscrição para registro de eleitor.

Mesmo faltando quase dois meses para as próximas eleições, Jagannathan ansiava pelo registro. "Percebi que eu vinha falando sobre votação há tanto tempo que a primeira coisa que deveria fazer era me registrar", disse ela.

Dois meses depois, Jagannathan votou nas eleições primárias locais e algumas iniciativas na cédula. "Eu estava muito eufórica. Minha seção eleitoral é numa igreja perto da esquina da rua onde moro e é administrada por umas senhoras idosas. Contei-lhes que estava votando pela primeira vez e elas também ficaram todas eufóricas", comentou ela.

Depois de cobrir várias eleições como jornalista e como voluntária de um partido político, é uma recompensa finalmente participar como eleitora. "Desejei tanto isso, imagino, especialmente depois das eleições de novembro de 2006, quando fiquei mortificada por estar aqui, cobrindo as eleições sem poder participar, que essa foi, de certa forma, uma compensação", disse.

Embora nem todos os seus candidatos favoritos tenham vencido naquele dia, Jagannathan jurou a seus amigos e familiares que tentaria votar em todas as eleições futuras. "Isso me fez sentir que era parte de alguma



Lingbing Hang © AP Images

Estudantes mostram um pôster da Faculdade Republicana na Universidade da Virgínia Ocidental, em Morgantown

coisa", explicou ela. "E penso que o fato de não ter essa possibilidade por bastante tempo me fez perceber como isso é importante."

Para Jagannathan, os novos cidadãos devem valorizar o direito de votar ainda mais do que os nativos. "Penso que quando alguém já nasce com esses direitos, não se preocupa muito com eles", disse ela. "Mas quando uma pessoa vive sem eles e depois os conquista, eles se tornam muito mais importantes." them, it becomes a lot more important. ■

# Eleições Parlamentares

L. Sandy Maisel



Lawrence Jackson/© AP Images

Ao retornarem do Iraque em julho de 2006, estes parlamentares falam com repórteres após reunião na Casa Branca com o presidente Bush

*A eleição de parlamentares é tão importante para o povo dos Estados Unidos como a eleição para presidente. Este artigo descreve a composição do Congresso dos EUA, os fatores que entram em jogo nas eleições parlamentares e o possível impacto das eleições de 2008 sobre a política de governo dos EUA. L. Sandy Maisel é professor de governo na Faculdade Colby, em Waterville, no Maine.*

Quando os cidadãos dos Estados Unidos forem às urnas em 4 de novembro de 2008, votarão não somente para presidente, mas também para todos os 435 membros da Câmara dos Deputados e para um terço do Senado dos Estados Unidos. A atenção se concentrará na eleição para presidente, mas as eleições para o Congresso são igualmente importantes.

No sistema de governo estabelecido pela Constituição dos EUA, os poderes Executivo e Legislativo compartilham a tomada de decisões. A separação entre os poderes não seria importante se o mesmo partido sempre controlasse

a Presidência e o Congresso e se os membros dos partidos obedecessem a seus líderes. Porém, nada disso ocorre. A separação entre os dois poderes do governo reside não somente no fato de eles serem ocupados por diferentes pessoas — isto é, nenhum senador ou deputado dos EUA pode servir ao mesmo tempo ao Poder Executivo — mas também porque os que exercem mandato são escolhidos em eleições separadas, embora as eleições sejam efetuadas no mesmo dia. Os cidadãos têm a opção de votar para presidente no candidato de um partido, para senador, no de outro e para deputado, no candidato de um dos dois partidos ou de um terceiro. Não somente é possível, mas comum, um partido político controlar a Casa Branca e outro partido controlar uma ou as duas casas do Congresso. Essa situação é chamada "governo dividido". Além disso, deputados e senadores não dependem dos dirigentes partidários para reeleição e muitas vezes expressam essa independência votando segundo os interesses de seus constituintes, mesmo quando eles diferem das posições do partido.

## FORMAÇÃO DO CONGRESSO

O Congresso tem duas câmaras: a Câmara dos Deputados e o Senado. A Câmara dos Deputados foi destinada a ser o órgão mais próximo do povo, popularmente eleita por distritos relativamente pequenos com eleições freqüentes (a cada dois anos). Atualmente, a Califórnia, o estado mais populoso, tem 53 cadeiras na Câmara dos Deputados. Cada um dos sete estados menos populosos tem um deputado.

O Senado foi destinado a refletir os interesses dos estados. Cada estado, independentemente da população, é representado por dois senadores. Os senadores exercem mandatos de seis anos, escalonados de tal forma que um terço das cadeiras do Senado é disputado em eleições a cada dois anos. Originalmente, os senadores eram escolhidos por legislativos estaduais, mas desde 1913 são eleitos pelo povo. Os fundadores imaginavam que os senadores ficariam isentos da paixão popular porque eram eleitos indiretamente para mandatos mais longos; muitos questionam se esse é o caso atualmente.

Embora o Senado e a Câmara dos Deputados tenham poderes iguais, uma cadeira no Senado é considerada em geral mais importante do que uma cadeira na Câmara: A base eleitoral é maior (exceto no caso dos sete estados menores, onde é a mesma), a duração do mandato é maior e os senadores recebem mais atenção nacional porque são em menor número.

As eleições para a Câmara e o Senado funcionam segundo as mesmas regras, com variações mínimas entre os estados. Os partidos Democrata e Republicano e quaisquer outros partidos ativos em um estado indicam candidatos mediante eleições primárias; candidatos independentes conseguem um espaço na cédula por meio de petição. O vencedor da eleição geral de novembro é o candidato com o maior número de votos; não é necessário ter maioria.

### FATORES NA ELEIÇÃO DE PARLAMENTARES

Há três elementos básicos que determinam as eleições parlamentares: partidarismo do distrito, presença ou ausência de candidato à reeleição e questões do dia-a-dia. O sistema político dos EUA foi descrito como um sistema bipartidário competitivo; os partidos Democrata e Republicano dominaram a política dos EUA desde



Kathy Roseth, preocupada cidadã de Seattle, em Washington, coleta petições para propor uma iniciativa educacional para plebiscito

meados do século 19. Mais de 99% dos eleitos para o Congresso nos últimos anos foram de democratas ou republicanos. Um sistema de distritos com representante único e vários vencedores favorece o sistema bipartidário. Candidatos independentes ou de terceiros partidos, que se beneficiariam de um sistema de representação proporcional, não têm vantagem em resultados apertados.

A competição pelo controle do Congresso vem sendo intensa nas últimas décadas — assim como para a Presidência. Contudo, a competição não é intensa em cada distrito e em cada estado. Alguns distritos e até mesmo alguns estados apresentam forte inclinação para um partido ou outro. Por exemplo, os democratas em geral ganham em Massachusetts; os republicanos, no Wyoming. Têm ocorrido exceções, mas nenhum político participará das eleições parlamentares de 2008 sem saber o partido de preferência dos eleitores do distrito ou do estado.

Os resultados das eleições podem ser explicados pela presença ou ausência de um candidato à reeleição. Durante mais de três décadas, mais de 95% dos candidatos para a Câmara dos Deputados que tentaram a reeleição foram bem sucedidos. Senadores dos EUA que concorreram à reeleição também conseguiram seu objetivo. Mesmo em eleições em que muitas cadeiras trocam de partido, ocorrem mais mudanças em cadeiras cujos concorrentes não são candidatos à reeleição. O efeito desses fatores é visto quando se observam os candidatos em potencial que buscam indicações do partido para concorrer à Câmara e ao Senado. Tratando-se de cadeiras bastante concorridas — por exemplo, que não são pretendidas por nenhum candidato à reeleição em distritos com margem apertada



H. Rumph, Jr./© AP Images

Na Filadélfia, Pensilvânia, o veterano da guerra do Iraque Patrick Murphy faz campanha para concorrer a uma cadeira no Congresso nas eleições de meio de mandato presidencial de 2006

entre democratas e republicanos —, é provável que muitos candidatos concorrerão nas primárias de cada partido. Se uma cadeira estiver vaga, mas um partido dominar o distrito, haverá competição acirrada nas primárias daquele partido, mas pouca ou nenhuma no outro partido. Enfim, se um candidato estiver concorrendo à reeleição, é pouco provável que enfrente séria competição, e os dirigentes do outro partido terão que se esforçar para encontrar alguém pronto a disputar a cadeira. Cada uma dessas generalizações se aplica menos ao Senado do que à Câmara, porque as cadeiras do Senado são consideradas mais valiosas e com menor probabilidade de previsão dos resultados.

Um novo presidente será eleito em 2008, e questões debatidas em âmbito nacional — a guerra do Iraque, terrorismo, política de imigração, dependência energética — dominarão a cena. Se os índices de aprovação do presidente Bush permanecerem baixos entre os eleitores e essas questões não forem resolvidas até a eleição de novembro, os democratas poderão apresentar vantagem em uma competição bastante acirrada.

### IMPLICAÇÕES NA GOVERNANÇA

Após as eleições parlamentares de 2006, Washington ficou

marcada pelo governo dividido, com os republicanos controlando a Casa Branca e o Poder Executivo e os democratas controlando as duas casas do Congresso, embora por margem extremamente apertada no Senado. Atualmente, os republicanos detêm 22 das 34 cadeiras do Senado que irão ser disputadas em 2008. Mesmo as pequenas vantagens dos democratas não darão a eles uma maioria extraordinária no Senado. As regras do Senado exigem 60 votos para tomar medidas importantes; os democratas têm pouca chance de se aproximar desse número.

Os democratas detêm aproximadamente 30 cadeiras a mais na Câmara do que os republicanos. Embora muitos titulares de cargos planejem concorrer novamente, cerca de 25 deputados deixarão vagas suas cadeiras após esse mandato. A maioria dessas cadeiras — e talvez outras 25, muitas pertencentes aos democratas, que ganharam dos republicanos em 2006 — será bastante disputada em 2008. Os democratas parecem ter pequena vantagem nas próximas eleições e podem ampliar um pouco sua posição majoritária, mas, novamente, não o suficiente para dar-lhes muita vantagem para governar.

Como resultado das próximas eleições parlamentares, se um republicano for eleito presidente em 2008, poderá enfrentar uma oposição determinada com controle da maioria das duas casas do Congresso. Se um democrata for eleito, poderá governar com um Congresso controlado por seu partido, mas no qual os republicanos têm poder suficiente para impedir importantes iniciativas políticas.

Um sistema de governo com separação de poderes, importantes "checks and balances" (freios e contrapesos) e a maioria dos resultados das eleições legislativas determinada pela força dos concorrentes à reeleição, e não por tendências nacionais, promovem mudanças lentas na política nacional. Foi essa a intenção dos autores da Constituição. Questões importantes dominarão a eleição de 2008. Embora em certos assuntos o novo presidente esteja apto a agir sem a ajuda do Congresso, em muitos outros as políticas do governo dos EUA, deixando de lado a retórica, mudarão muito pouco. ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# A Mudança do Eleitor Americano

Daniel Gotoff

*Recente pesquisa de opinião pública sobre as eleições revela preocupações, crenças e sentimentos dos cidadãos americanos que se preparam para a votação presidencial em 2008. Os eleitores estão demonstrando inquietação sobre ameaças terroristas, pessimismo com relação a questões internas e interesse na reforma do governo. Pesquisador do partido democrático conclui que "o eleitorado americano — em geral reticente a mudanças fundamentais — está hoje mais apreensivo com a continuidade do processo". Daniel Gotoff é sócio da Lake Research Partners em Washington, D.C.*

A medida que a eleição presidencial de 2008 se aproxima, o eleitorado americano se dá conta da situação singular — e tumultuada — em que se encontra. As pesquisas mostram que o país está envolvido em uma guerra contra a qual a grande maioria dos americanos atualmente se opõe. Cerca de seis anos depois do 11 de Setembro de 2001, o medo de outro atentado terrorista ainda permeia a consciência pública. E a visão geral dos eleitores sobre a gama de problemas internos é impregnada por mais preocupações. Essa espiral de descontentamento público ocorre em um cenário de fundo de ceticismo voltado contra nossos líderes eleitos, contrabalançado por um senso de que apenas um poder institucional tão forte quanto o governo americano está preparado para ajudar o país a superar os desafios que ora enfrenta. A mudança de tendências políticas dos últimos anos destaca que nem o partido majoritário é capaz de garantir a maioria no governo. Além disso, pela primeira vez em décadas, nem um presidente em exercício nem um vice-presidente é candidato ao mais alto cargo no país.

Em meio a essa turbulência, o eleitorado americano — quase sempre avesso a mudanças fundamentais — está agora mais temeroso da continuidade do *status quo*. Atualmente, as pesquisas mostram que somente 19% dos americanos acreditam que o país está no caminho certo — o índice mais baixo em uma década (em julho de 1997, 44% dos americanos acreditavam que o país estava na direção certa e apenas 40% julgavam que estava no caminho errado). Agora, um total de 68% acredita que o país está no caminho errado.

O aumento da insatisfação dos eleitores deu origem



Ed Andriewski © AP Images

Este militante político espera canalizar dinheiro para o registro de eleitores hispânicos e conseguir votos no Colorado

a um desejo palpável de mudança nos Estados Unidos em três frentes cruciais: aumento da segurança internacional e nacional, prosperidade compartilhada em questões de economia interna e maior prestação de contas do governo ao povo que pretende servir.

## INQUIETAÇÃO PÚBLICA SOBRE TERRORISMO E SEGURANÇA

Embora o humor do eleitorado tenha mudado drasticamente nos últimos meses, algumas realidades políticas continuarão vigentes em 2008. Talvez a de maior relevância, os ataques de 11 de Setembro de 2001 e suas conseqüências, ainda defina em grande medida nossa época e nossa política. As inquietações instintivas dos eleitores indicam que cada uma das três eleições federais desde o 11 de Setembro teve por base principal, embora não única, as questões de segurança.

Segundo as pesquisas de boca-de-urna nas duas últimas eleições, as preocupações com o terrorismo foram o destaque. Em 2004, 19% dos eleitores citaram o terrorismo como principal preocupação (atrás apenas da economia, com 20%). Do mesmo modo, em 2006, 72% dos eleitores americanos consideravam o terrorismo uma questão importante em sua

decisão de voto. E ainda em setembro de 2006, a última vez que a ABC News fez a pergunta, quase três quartos dos americanos (74%) responderam estar preocupados com a possibilidade da ocorrência de mais ataques terroristas relevantes nos Estados Unidos, incluindo 29% que se mostraram muito preocupados. Embora a intensidade desses temores tenha diminuído um pouco nos anos seguintes ao 11 de Setembro, de modo geral os níveis de preocupação quase não mudaram. Em outubro de 2001, menos de um mês após os ataques, 81% dos americanos estavam preocupados com a possibilidade de mais ataques terroristas em solo americano (41% declararam-se muito preocupados).

Desde a invasão do Iraque e a crescente oposição popular à guerra, as dimensões de segurança e terrorismo tornaram-se mais complexas — e politicamente indefiníveis. Em outubro de 2002, os americanos viam os republicanos como mais capazes do que os democratas de administrar a questão do terrorismo — por uma margem de 23 pontos: 47% contra 24%. Entretanto, em outubro de 2006, o cenário sobre essa questão chave tinha mudado significativamente, com o público preferindo os democratas em vez dos republicanos, na proporção de 44% para 37%.

Em 2008, os eleitores americanos escolherão o candidato que acreditam ter mais condições de assegurar a posição dos Estados Unidos no mundo.

### **PESSIMISMO CRESCENTE NO ÂMBITO INTERNO**

Embora o Iraque e o terrorismo freqüentemente ocupem as manchetes, as preocupações dos eleitores com as principais questões internas são igualmente intensas. Na verdade, as pesquisas de boca-de-urna em 2006 mostraram preocupações com a economia na mesma proporção de preocupações com a segurança nacional, o Iraque e a ética. Ao responder sobre a importância de várias questões na determinação de seu voto para o Congresso, 82% dos americanos disseram que a economia era extremamente importante (39%) ou muito importante (43%). Em comparação, 74% apontaram a corrupção e a ética como importante ("extremamente", 41%), 67% apontaram o Iraque ("extremamente", 35%) e 72% apontaram o terrorismo ("extremamente", 39%).

Desde a eleição de 2006, as preocupações dos eleitores com a economia atingiram pontuações mais altas. Dois terços (66%) dos americanos classificam as condições econômicas do país apenas como corretas (43%) ou insatisfatórias (23%). Somente 5% classificam a economia como excelente e 29%, como boa. Além disso, uma maioria de 55% acredita que a economia nacional está piorando. Outros 28% dizem que a economia continua igual — dificilmente um diagnóstico positivo — e apenas 16%



Mike Carlson/© AP Images

O presidente Bush fala sobre a guerra global contra o terrorismo no Porto de Tampa, na Flórida, em fevereiro de 2006

afirmam que a economia está melhorando.

As preocupações econômicas dos americanos mudaram com o decorrer do tempo. Empregos seguros e bem-remunerados ainda são fundamentais, mas em um ambiente onde os trabalhadores americanos encontram cada vez mais dificuldade em acompanhar o alto custo de vida, poder arcar com o plano de saúde é hoje uma das principais preocupações econômicas dos eleitores. Solicitados a escolher a questão econômica que mais preocupava cada um, a maioria de 29% dos eleitores apontou o aumento do custo da assistência médica, mais do que o número que escolheu o aumento de impostos (24%), um seguro de aposentadoria (16%), perder o emprego (11%) ou despesas com crianças e educação (10%). Os americanos, que consideram a assistência médica acessível como um dos pilares do sonho americano, vêem o aumento de seus custos hoje como uma ameaça direta à possibilidade de suas famílias se manterem na classe média e alcançarem esse sonho. Os eleitores também acreditam que os custos da assistência médica são o principal impedimento para iniciar seu próprio negócio, descoberta relevante numa sociedade empreendedora em que 48% das pessoas aspiram fazê-lo.

Além disso, os trabalhadores americanos, ao serem forçados pela globalização a competir com trabalhadores mal remunerados em países que talvez não protejam os direitos básicos, tornaram-se bastante céticos sobre seus benefícios. Um total de 65% dos americanos vê o aumento do comércio entre os Estados Unidos e os outros países como extremamente prejudicial aos trabalhadores do país. E, ressaltando uma mudança de atitude do final da última década, quando uma maioria de 56% via o aumento do comércio como algo de grande ajuda às empresas americanas, metade (50%) dos americanos vê o comércio hoje como altamente prejudicial às suas empresas.

De modo mais elementar, há um senso crescente entre as pessoas de que a classe média deixará de participar da

prosperidade do país, e na verdade está perdendo terreno, enquanto uma pequena elite obtém grandes lucros. As pesquisas de boca-de-urna indicam essa erosão da crença dos eleitores no sonho americano no século 21. A exata metade dos eleitores declarou ter apenas o suficiente para sobreviver e outros 17% disseram não ter recursos suficientes. Menos de um terço (31%) disse estar progredindo financeiramente. Ainda mais impressionante é a dimensão do pessimismo americano em relação à previsão do futuro de seus filhos. Segundo expectativas de 40% da população, as condições de vida para a próxima geração de americanos serão piores do que as de hoje, 28% disseram quase a mesma coisa e apenas 30% expressaram ter expectativas de melhores condições de vida para a próxima geração. Em 2008, os eleitores americanos escolherão o candidato que acreditam ter mais condições de garantir a promessa do sonho americano — isto é, prosperidade econômica compartilhada e condições para os trabalhadores oferecerem melhores oportunidades a seus filhos.

### DESEJO CRESCENTE DE MUDANÇA E PRESTAÇÃO DE CONTAS

A inquietação pública cada vez maior sobre questões internacionais e nacionais está alimentando um desejo de reformas fundamentais no governo dos EUA. A eleição de 2006 foi, em vários aspectos, um clamor público por maior prestação de contas. Três quartos dos eleitores apontaram a corrupção e a ética como importantes em sua decisão de voto para o Congresso, com intensidade considerável (41%, "extremamente importantes").

Embora a guerra no Iraque ajude a explicar os atuais baixos índices de aprovação do presidente, ela não explica



Bótons conclamando veteranos a votar são expostos na conferência de lideranças dos Veteranos do Vietnã, em Nashville, Tennessee

a razão de o novo Congresso, controlado pelo partido da oposição, desfrutar também de tão baixa estima dos eleitores. Os índices de aprovação do presidente Bush estão em exatos 31%, embora os índices do Congresso — 21% — sejam ainda mais críticos. Em resumo, o povo está pedindo mudanças e tornando todos os líderes eleitos responsáveis por sua efetivação. Ou seja, uma maioria de 56% dos americanos concorda agora que "o governo federal precisa de transformações — isto é, passar por grandes e fundamentais mudanças". Apenas 34% acreditam que "o governo federal precisa passar por pequenas mudanças, mas não necessita de transformações" e só 3% consideram que "o governo não precisa de nenhuma mudança".

Apesar do declínio da crença no governo, mais da metade dos americanos quer um papel crescente da instituição no encaminhamento dos desafios que o país enfrenta. E 52% concordam que o "governo poderia fazer mais para resolver os problemas e ajudar a atender as necessidades do povo", enquanto apenas 40% acreditam que "o governo está fazendo muitas coisas melhores para empresas e pessoas". De nada vale que esses números sejam praticamente o espelho oposto do sentimento registrado há quase uma década (41%: "o governo deveria fazer mais" e 51%: "o governo está fazendo muito").

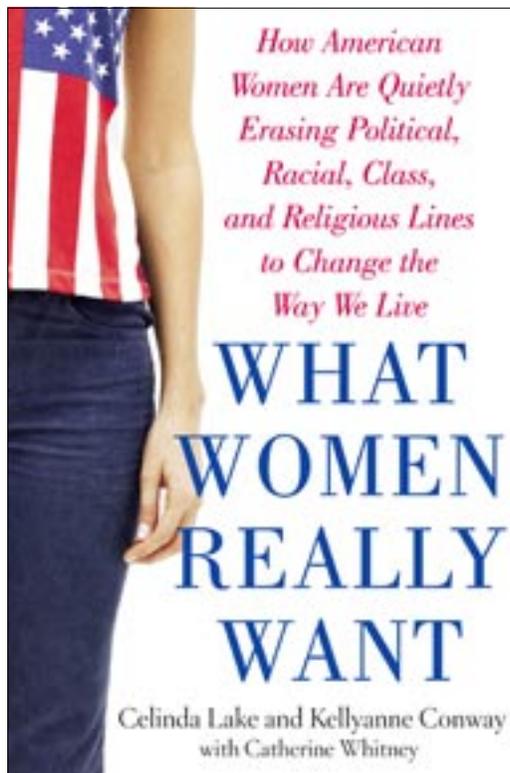
Em resumo, o eleitor americano está realmente mudando — tornando-se mais descrente, mais inquieto e menos seguro. Ao mesmo tempo, continua a ter uma cautelosa esperança no futuro. Os eleitores estão procurando um líder que tenha a capacidade comprovada de identificar e resolver os desafios que o país enfrenta no século 21, e, ao fazê-lo, assegure a posição dos Estados Unidos no mundo. Em resposta a essa tendência, uma mão firme e experiente é a qualidade exigida pela maioria esmagadora de americanos para um líder que represente a mudança. O candidato que de forma convincente possa conciliar essas dimensões de liderança aparentemente contraditórias será o candidato vencedor da eleição presidencial em 2008 — e, com isso, terá a capacidade de transformar a nação aos olhos de seus cidadãos e também aos olhos do mundo. ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# Eleitoras nos Estados Unidos

Kellyanne Conway



Desenho da capa: Eric Fuentecilla.  
Foto da capa: © Stockbyte/Getty Images

Capa do livro *What Women Really Want* [O Que as Mulheres Realmente Querem], escrito por Kellyanne Conway, 2005

*As mulheres representam mais da metade do eleitorado americano e influenciam os resultados eleitorais há mais de 40 anos. Especialista republicana em pesquisa de opinião analisa os padrões de votação das mulheres, discute questões importantes para elas e descreve várias categorias de eleitoras a serem observadas em 2008. Kellyanne Conway é presidente e diretora executiva de uma empresa chamada the polling company,™ inc., em Washington, D.C. WomanTrend é uma divisão da empresa.*

A americana média acorda todas as manhãs para uma miríade de responsabilidades, curiosidades e preocupações, das quais nenhuma é política por si, mas todas são afetadas pelas ações políticas e governamentais. Essas questões podem incluir: "Meu filho está aprendendo nessa escola?", "Este bairro é seguro?", "Se mudar de emprego, vou perder meu seguro-saúde?", "Os proventos da Previdência Social são suficientes para meus pais manterem sua casa e não acabarem com suas economias?"

## OLHANDO PARA TRÁS: UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA

Desde 1964, as mulheres representam a maioria do eleitorado, mas foi só em 1980 que a porcentagem de mulheres em condições de votar que de fato votaram ultrapassou a porcentagem de homens habilitados a ir às urnas, como mostra a Tabela 1. Apesar de toda a angústia dos "estatísticos" em mostrar que apenas uma fração de mulheres concorre ou ocupa cargos eletivos neste país (e que uma mulher nunca foi eleita presidente), as eleitoras influenciam os resultados eleitorais há mais de oito décadas, decidindo os presidentes e precursores de uma maneira que moldou a política pública de forma direta e decisiva.

As mulheres tendem a apoiar os candidatos à reeleição, em especial para a Presidência, preferindo ficar com uma marca de confiança já conhecida do que experimentar algo novo e desconhecido. De fato, os últimos três presidentes que venceram a reeleição tiveram apoio maior das mulheres na segunda vez que concorreram. As mulheres também são mais fiéis nas campanhas

**Tabela 1**  
**Voto das mulheres**

	% de mulheres em condições de votar	% de homens em condições de votar
1980	59,4%	59,1%
1992	62,3%	60,2%
1996	55,5%	52,8%
2000	56,2%	53,1%
2004	60,1%	56,3%

de reeleição para o Congresso, mostrando mais regularidade em seus padrões de votação do que os homens. Ironicamente, essa tendência natural de reeleger os candidatos é uma das razões pelas quais muitas mulheres que desafiam os titulares dos cargos não se saem bem nas urnas.

A mulher não-eleitora é ignorada por políticos, partidos, analistas de pesquisa de opinião e consultores profissionais, que parecem obcecados por "prováveis" eleitoras ou pelas eleitoras "indecisas". Na eleição presidencial de 2004, mais da metade (54,5%) das mulheres entre 18 e 24 anos não votou. No entanto, o índice de votação das mulheres dessa faixa etária foi mais alto que o dos homens da mesma idade — somente 40% deles foram às urnas. Na faixa etária entre 65 a 74 anos, somente 29% das mulheres não votaram, contra 26,1% dos homens. As principais razões apresentadas pelas mulheres para não votar incluem "doença/invalidez" (19,8%), "muito ocupada/incompatibilidade de horário" (17,4%), "falta de interesse" (10,7%) e "não gostou dos candidatos ou dos temas da campanha" (9,7%). Com exceção das últimas duas respostas, é importante observar que praticamente nove em dez mulheres deixaram de participar por razões alheias à falta de interesse.

## O QUE AS ELEITORAS REALMENTE QUEREM?

Tradicionalmente, considera-se que as mulheres gravitam mais em torno das questões relacionadas com "ELA", Previdência Social, saúde e educação, enquanto os homens são considerados mais interessados nas questões relativas a "NÓS", guerra e economia. As últimas três eleições gerais (2002, 2004 e 2006) mostram que essas classificações cômodas não se aplicam mais.

Em 2004 e novamente em 2006, as mulheres disseram aos pesquisadores de opinião que as preocupações que as motivaram a decidir votar ou não e em quem estavam centradas em questões não tradicionais "de mulheres". Em uma lista com perguntas fechadas com dez possíveis respostas, a situação no Iraque encabeçou a lista como a principal preocupação (22%), seguida da guerra contra o terrorismo (15%). Valores morais/familiares e empregos/economia receberam, cada um, 11%, enquanto as outras seis opções receberam apenas respostas de um dígito, como mostra a Tabela 2.

Como eu e a especialista democrata em pesquisa de opinião Celinda Lake mostramos no livro *What Women Really Want: How American Women Are Quietly Erasing Political, Racial, Class, and Religious Lines to Change the Way We Live* [O Que as Mulheres Realmente Querem: Como as Americanas estão Silenciosamente

**Tabela 2**  
**Pesquisas pós-eleição em 2004 e 2006 realizadas pela the polling company,™ inc.**

Ao decidir em quem votar na eleição de hoje, qual dos seguintes tópicos foi mais importante para você?

Eleitoras reais na noite da eleição

2006	2004	
22%	16%	Situação no Iraque
15%	23%	Guerra contra o terrorismo
11%	17%	Valores morais/ familiares
11%	16%	Emprego / Economia
6%	3%	Educação
6%	7%	Saúde/ Medicare/ Medicações prescritas
5%	3%	Impostos
5%	N/A	Aborto
4%	N/A	Imigração
2%	2%	Meio ambiente

Eliminando as Divisões Políticas, Raciais, de Classe e Religiosas para Mudar Nosso Modo de Vida] (Free Press, 2005), as mulheres tampouco votam com base em uma única questão. Ao contrário, elas tendem a considerar uma grande quantidade de idéias, questões, indivíduos, impressões e ideologias antes de tomar uma decisão final. O foco da mídia nas questões mais polêmicas faz com que pareça que as mulheres só se importam com uma questão no dia da eleição e que é essa questão que as faz ir votar. Na realidade, os padrões do voto da mulher indicam exatamente o oposto.

### AS MULHERES NÃO FORMAM UM NICHU

As mulheres não são rígidas em suas atitudes em relação ao sistema político, nem em relação a seu voto. Quando se trata de votar, uma mulher pode votar só em democratas, outra pode votar na chapa republicana, enquanto uma terceira pode adotar uma abordagem "salada de frutas" e escolher quem e o que lhe convier melhor. No fim, as eleitoras se fazem duas perguntas principais ao decidir quem apoiar para presidente: "Eu gosto dessa pessoa?" e "Essa pessoa gosta de mim?" A primeira pergunta é o clássico teste da "sala de estar": Você gostaria de ver aquele candidato da televisão na sua sala de estar nos próximos quatro ou oito anos? A segunda é uma indagação mais complexa que avalia se a mulher acredita que o candidato e ela compartilham os mesmos interesses, valores, indignações e receios.

É impossível separar as experiências de vida e as atitudes das mulheres americanas nas categorias binárias de republicanos e democratas. Como as mulheres levam mais do que sua ideologia política ao ir às urnas, os políticos precisam estar cientes das etapas da vida, assim como das categorias demográficas, nas quais as mulheres se encaixam. Um conceito usado como frequência na minha empresa, a the polling company,<sup>TM</sup> inc./WomanTrend, é o das "Três Faces de Eva", ilustrado por meio das vidas bem distintas que uma mulher de 48 anos pode ter neste país. Ela pode ser uma avó que trabalha fora, uma



Alunos de 12 anos carregam caixas com abaixo-assinados para o ônibus escolar. Eles pretendem obter um referendo para votar recursos adicionais à educação em Seattle, Washington

Ted S. Warren © AP Images

profissional liberal solteira e sem filhos ou uma mulher casada mãe de dois filhos jovens. Tecnicamente, todas se encaixariam nas mesmas categorias demográficas de idade e gênero, mas suas experiências de vida diferem enormemente, resultando em perspectivas variadas sobre o atual estado das coisas. A política não é uma categoria isolada para as mulheres; ao contrário, a política é uma ampla arena para a qual as mulheres exportam suas experiências de vida, necessidades e expectativas.

Alguns grupos de mulheres a serem observados em 2008 incluem:

- **Empreendedoras:** as mulheres são proprietárias de aproximadamente 10,4 milhões de empresas nos Estados Unidos e empregam mais de 12,8 milhões de americanos. Enquanto 75% de todas as empresas americanas não possuem funcionários, surpreendentes 81% de empresas de mulheres são operações de uma pessoa só ou familiares. O índice de crescimento das empresas de mulheres aumenta de forma constante a uma taxa duas vezes maior que a das empresas como um todo.
- **Solteiras:** as americanas estão adiando o casamento não por não terem escolha, mas justamente porque têm escolha. Atualmente, 49% de todas as mulheres acima de 15 anos não estão casadas e mais da metade (54%) encontra-se na categoria de 25 a 64 anos.
- **Futuras mães:** com mais mulheres entrando na força de trabalho e com o número cada vez maior de mulheres tendo filhos além da idade tradicional para parir, menos mulheres entre 20 e 30 anos se identificam com o rótulo de "casada com filhos".
- **Meia-idade:** mulheres entre 50 e 64 anos, muitas delas com filhos morando em casa, estão esperando benefícios e eternidade (a busca de prolongar a vida), procurando soluções e sofisticação.
- **Minorias:** as minorias representam hoje um terço dos americanos, e quatro estados já têm maioria de minorias, com cinco outros devendo ficar na mesma situação até 2025. A população hispânica deverá ter o impacto mais significativo na população americana, mas o aumento dos eleitores ázio-americanos também é uma tendência a ser acompanhada.
- **Mulheres da geração Y:** como a Tabela 3 indica, pesquisa da Lifetime Television feita pela the polling company,<sup>TM</sup> inc. e pela Lake Research Partners constatou que a maioria (54%) das mulheres da geração Y (aquelas nascidas a partir de 1979) acredita que a melhor maneira de fazer a diferença na política americana é votando. Além da política, quase metade (42%) das mulheres da geração Y afirmou que a melhor maneira de fazer a diferença no mundo era "ajudar os menos afortunados, com tempo ou dinheiro". Entre as seis outras opções colocadas por elas,

somente 2% disseram que ter um "papel ativo na política" era a melhor maneira de fazer isso. Ajudar os necessitados incluiu "ser uma boa pessoa" (16%), "ajudar a deter a violência e a agressão sexual contra as mulheres" (9%), "ajudar a salvar o meio ambiente" (8%) e "defender meu país e mantê-lo seguro servindo nas Forças Armadas" (4%). Se uma mulher se irrita e diz "Eu odeio política", o que ela está dizendo é que não liga para quem administra as escolas públicas e o que nelas é ensinado; como o sistema

**Tabela 3**  
**Qual dos itens abaixo você acha que é a melhor maneira de fazer a diferença na política americana?**

(escolha apenas uma alternativa)

54%	Votar nas eleições
9%	Trabalhar como voluntária em uma campanha política
8%	Doar para uma causa
7%	Escrever uma carta ou e-mail para uma autoridade eleita
7%	Ativar minha rede social de amigos e família
4%	Concorrer a um cargo político
3%	Doar dinheiro para uma campanha

de saúde é usado, fornecido e pago nos Estados Unidos; se a nação é segura, próspera e competitiva globalmente. No entanto, com certeza ela não pensa isso de fato. Política e governança são os veículos pelos quais a mudança nessas áreas é conseguida, mas não necessariamente o prisma pelo qual as mulheres interagem com elas.

**OLHANDO PARA FRENTE: 2008**

O que os candidatos à Presidência em 2008 podem esperar das eleitoras? A variável nessa eleição presidencial poderá ser uma candidata, mudando o debate do "se" para "quando". A discussão mudou de uma hipotética mulher presidente para aquela mulher presidente; a saber, Hillary Rodham Clinton.

No entanto, a experiência mostra que as mulheres não necessariamente votam em outras mulheres. Se o fizessem, as senadoras Elizabeth Dole ou Carol Moseley-Braun teriam ganho as indicações de seus partidos para presidente em 2000 e 2004, respectivamente, com base na simples noção de que as mulheres constituem a maioria do eleitorado.

A disputa de 2008 difere das eleições anteriores por ser uma eleição de vários "primeiros". Uma mulher, um afro-americano, um mórmon, um hispânico, todos estão bem posicionados para conseguir as indicações de seus partidos.

A lealdade partidária ganha do gênero, como indica pesquisa da *Newsweek* de julho de 2007, que constatou que 88% dos homens e 85% das mulheres dizem que se seu partido indicasse uma candidata, votariam nela se fosse qualificada para o cargo. Os americanos expressam menos entusiasmo, no entanto, pelo "fator feminino" quando se trata de como julgam seus concidadãos: somente 60% dos homens e 56% das mulheres acreditam que o país está pronto para ter uma presidente. Com relação à raça, os eleitores estão menos hesitantes em votar em um candidato afro-americano qualificado de seu partido, pois 92% dos brancos e 93% dos não-brancos dizem que aprovariam esse candidato. Assim como o gênero, menos eleitores duvidam de que o país esteja pronto para ter um presidente afro-americano: somente 59% dos eleitores brancos e 58% dos eleitores não-brancos acreditam que o país elegeria um presidente negro. Ao responder às pesquisas de opinião pública, os eleitores podem às vezes atribuir suas atitudes e estereótipos a seus amigos, família e membros da comunidade como uma maneira de reafirmar sua própria posição e ao mesmo tempo esconder o que consideram ser uma posição "inaceitável" ou "impopular". Uma advertência relativa a esse conceito é que as opiniões dos eleitores podem ser influenciadas pelo fato de que em 2007 há um afro-americano proeminente e uma mulher proeminente como candidatos. Qualquer oposição a um "afro-americano" ou a uma "mulher" poderá muito bem refletir a antipatia de um candidato individual.

Considerando que a disputa pela Presidência é a mais aberta em décadas (é a primeira vez em 80 anos que nem um ocupante atual do cargo nem um vice-presidente estão concorrendo), uma coisa é certa: as mulheres, como aconteceu desde 1980, serão a maioria que decidirá quem será o próximo a ocupar o Salão Oval. ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# Cobertura de Campanha Presidencial: Sob a Perspectiva Vista do Ônibus da Imprensa

Jim Dickenson



Jim Bourg/© Reuters

Membros da mídia jornalística filmam, fotografam e fazem perguntas ao candidato dentro do ônibus da imprensa durante viagem de campanha pelo estado de Iowa em janeiro de 2004

*Jornalista político veterano revela os bastidores da vida na estrada com um aspirante ao cargo de presidente dos EUA e discute o papel do repórter na transmissão da mensagem do candidato ao povo americano. Os dias são longos e repletos de acontecimentos. A equipe e os consultores de campanha constituem fontes de informação valiosas quando cultivadas de forma adequada. E mesmo que as paradas de campanha se tornem rotineiras, o jornalista profissional deve estar sempre preparado para tratar de eventos inesperados e notícias de última hora. Jim Dickenson é jornalista político aposentado do Washington Post.*

O último ato de um longo dia de campanha é a distribuição da igualmente longa programação do dia seguinte, a chamada "bíblia", a todos os presentes — imprensa, equipe, consultores — entregue no momento em que deixamos o avião ou colocada embaixo das portas dos nossos quartos de hotel. Um dia típico começa mais ou menos da seguinte forma:

- 6h15 Malas no saguão.
- 7h15 Candidato e pool de jornalistas saem do hotel para a emissora de TV KXYZ.
- 7h30 Auxiliares e equipes de imprensa embarcam em ônibus para o restaurante Palm para o café da manhã às 8h com a Câmara de Comércio e o Rotary Club.
- 7h45 Entrevista de cinco minutos do candidato na TV KXYZ com o âncora da manhã Joe Smith.
- 7h50 Saída da TV KXYZ para o Palm.
- 9h00 Saída do Palm para o aeroporto Avery Houston.

E assim vai — uma série de eventos e muitas partes em movimento no decorrer do dia. A reunião com a Câmara e o Rotary significa, no mínimo, que não precisamos nos preocupar se vamos ter tempo de engolir o café da manhã no hotel. (Regra de ferro da campanha: coma sempre que puder, porque a programação pode fazer você pular uma refeição). E o pool de jornalistas da KXYZ nos dará uma "dica" escrita ou um relatório

do que foi dito e do que aconteceu lá. O pool é para os eventos nos quais não é possível atender a todas as equipes de imprensa por razões de tempo, espaço e outros problemas. Ele é composto geralmente por um jornalista de um jornal diário, um repórter de TV, um jornalista de uma revista de informação e outro de agência de notícias (AP ou Reuters), e todos nós fazemos rodízio nesses grupos de profissionais de mídia.

A bíblia é um documento meticulosamente detalhado, compilado pela equipe de campanha, que permite a todos planejar o seu dia; cada jornalista trabalha com prioridades e projetos diferentes. O que é que parece ser o principal acontecimento, a provável fonte de abertura de notícia do dia? O "prazo de entrega" necessário para escrever e transmitir as notícias está incluso na programação e nos pontos certos? A maioria de nós tem diferentes horários de fechamento em virtude da geografia e das agendas de produção individuais de nossa organização. Posso faltar a algum evento para tentar um encontro com membros da equipe do candidato com quem preciso conversar para uma análise de notícias que estou elaborando?

A campanha presidencial americana é uma dança complexa e complicada que envolve muitas pessoas. É também um longo e árduo processo para todos os participantes, mais exaustivo para uns do que para outros. Assim, por exemplo, um candidato em terceiro, quarto ou quinto lugar nas primárias tentará acumular o maior número possível de eventos em um dia, em especial nos pequenos mas decisivos estados de Iowa (a primeira prévia da nação) e New Hampshire (primeira primária), onde a "política do varejo" — o contato face a face com os eleitores — não é só essencial como esperado.

### PREPARAÇÃO PARA A CAMPANHA

Pesquisei os membros da equipe de campanha muito antes de embarcar no avião. Quem são os consultores remunerados, especialistas da mídia e pesquisadores de opinião? Quem são os consultores não remunerados e informais que, como respeitados ex-titulares de cargos públicos, ativistas ou especialistas em políticas públicas, são de grande influência?

Também internalizei a estratégia de campanha. Quanto esforço será despendido nas primeiras primárias estaduais tradicionais, como as de Iowa, New Hampshire e Carolina do Sul? Como a campanha tratará a nova "super primária" de 5 de fevereiro de 2008, realizada simultaneamente em tantos estados



Operadores de câmera de TV filmam um ônibus de campanha chegando em Davenport, Iowa, em outubro de 2004

Robert F. Bukaty/© AP Images

— incluindo campeões de votos como Nova York, Califórnia e Flórida —, que pode determinar nessa data, nove meses antes do dia da eleição, o candidato presidencial de cada partido? Em quais estados o candidato é forte e em quais é fraco? Em quais áreas de cada estado os diversos candidatos são fortes e fracos? Todos esses detalhes são componentes básicos da mais importante decisão política tomada pelo povo americano — a escolha de seu presidente.

Nós das equipes de imprensa somos um fator importante no processo eleitoral. Em virtude do declínio dos partidos políticos e do correspondente aumento da importância das primárias, a mídia passou a ser a primeira a "filtrar" os candidatos. Nossa função é avaliar suas políticas públicas; suas características pessoais, como inteligência, temperamento, honestidade, discernimento, capacidade organizacional e poder de persuasão; e sua adequação para a presidência, a fim de ajudar os eleitores a tomar decisões conscientes em assunto de tamanha importância. Temos assumido esse papel com muita seriedade desde a publicação, em 1960, de *Como se Faz um Presidente*, o famoso best-seller de Theodore White sobre a vitoriosa campanha presidencial de John F. Kennedy contra Richard Nixon.

### TRABALHO COM FONTES

Cultivar equipe e consultores que podem ser boas fontes de informação é prioridade máxima para os jornalistas políticos. É um exercício contínuo de avaliação de caráter, cortesia e diplomacia. A chave é identificar as fontes que sabem verdadeiramente o que acontece na campanha e que



Stephan Savoia/© AP Images

Após anunciar sua candidatura para presidente, o senador John McCain viaja com sua esposa e equipe em seu ônibus de campanha de Portsmouth a Concord, New Hampshire, em abril de 2007

estão prontas a compartilhar sua experiência conosco, uma combinação rara tanto na campanha como no Salão Oval. Os consultores profissionais externos adaptam-se melhor a essa finalidade do que os partidários de longa data, porque sabem que estarão provavelmente de volta em futuras campanhas, como será o meu caso, e precisamos um do outro.

Também avalio os consultores não remunerados que se preocupam mais com o interesse político nacional do que com a carreira ou investimento pessoal na campanha. Em uma campanha democrata para presidente, fiz amizade com um simpático militante político, veterano das competições presidenciais de Kennedy. Jantamos na estrada algumas vezes e bebemos juntos em outras ocasiões. A certa altura, ele concluiu que não dava mais para suportar os enganos e erros de cálculo da campanha. Convencido de que podia confiar em mim para dar a versão correta da história e proteger sua identidade, ele me deu uma visão geral dos bastidores da campanha em "off", o que significava o uso de informações sem citar o seu nome ou identificá-lo. O resultado foi uma das melhores análises de campanha já escritas por mim.

Em 1988, cobri, pelo *Washington Post*, o então senador Al Gore na chamada super terça das eleições primárias, durante

a qual as primárias de vários estados do sul são realizadas simultaneamente em um esforço para aumentar a influência da região na indicação do presidente. (Ele se saiu bem lá, mas não teve os recursos necessários para as primárias seguintes nos estados do norte). Gore realizou uma parada em seu estado natal, Tennessee, em um hospital que dispunha de ala infantil de ponta. Fomos recebidos pelo então governador do Arkansas, Bill Clinton, e eu decidi não visitar o hospital para entrevistar Clinton. Em conversações anteriores, eu havia sido informado de que ele era um excelente e acessível analista político, e o tempo que passamos juntos foi realmente de grande valia. Minha ausência foi compensada pelo acordo feito com o colega de um jornal não competitivo do Meio Oeste de pô-lo a par da conversa com Clinton em troca de seu relato sobre a visita ao hospital.

### **À ESPERA DO INESPERADO**

A bíblia apresenta o que é planejado, mas não pode antecipar os mil e um acontecimentos não previstos que aparecem de repente. Preciso estar sempre preparado para responder ao inesperado, que é a própria definição do negócio



Cortesia: Jim Dickenson

O autor Jim Dickenson (à esquerda) com o editor Lionel Linder no jornal *National Observer*, 1972

de notícias. Novos desenvolvimentos no Iraque. Nova ação do Congresso sobre imigração ou assistência médica. Um candidato abandona a primária de seu partido por problemas de captação de recursos. E assim por diante.

Essas mudanças imprevistas são em geral bem-vindas, porque os jornalistas e editores ficam cansados de ouvir o tradicional discurso de campanha do candidato. Ele é repetido em todos os eventos para novos públicos agradecidos, mas estimula a nós jornalistas a buscar continuamente a abertura de notícia de última hora ou reportagens e análises especiais. Em uma campanha, no entanto, eu havia criado e entregue o que eu pensava ser uma matéria maravilhosa na qual os principais eventos da campanha ilustravam perfeitamente a posição do candidato com relação a suas três principais plataformas. Estava muito orgulhoso da reportagem e a entreguei bem antes do horário de fechamento do jornal. Contudo, no evento seguinte, meu candidato observou que seu adversário havia aberto a temporada de campanha com a declaração duvidosa de que o dióxido de carbono emitido pelas folhas das árvores era a causa da neblina e do nevoeiro com fumaça em uma cadeia de montanhas na região leste dos EUA, provocando, assim, uma grande discussão a respeito de suas políticas ambientais. Passamos os próximos dias lutando para noticiar esse assunto, e meu meticuloso esforço literário de alguns dias antes foi apagado por uma questão para a qual eu não dava a menor importância.

Com a mais recente tecnologia de laptops, Blackberries (equipamentos que combinam celular e serviço de e-mail), celulares e afins, temos cada vez mais capacidade de prever desdobramentos, mesmo quando estamos na estrada. Podemos monitorar a agência de notícias e sites de outros órgãos de imprensa. Não precisamos correr atrás de auxiliares e consultores de campanha para ver como reagem diante de

acontecimentos inesperados, porque estes em geral se antecipam com um e-mail. O registro de reportagens feitas na estrada dentro dos horários de fechamento dos jornais podia ser difícil na época anterior aos computadores e modems, mas a comunicação com a redação da nossa empresa funciona atualmente de forma contínua e instantânea por meio de celulares, acesso sem fio à internet e modems de alta velocidade e banda larga de alta qualidade para transmissão e recebimento de reportagens, memorandos e documentos de referência em nossos laptops. É óbvio que a nova tecnologia, inclusive satélites, também facilitou a vida das equipes de televisão, para as quais a logística de enviar o filme e a fita para a

sede principal da emissora a tempo do noticiário da noite costumava ser um pesadelo logístico diário.

Nova tecnologia, contudo, significa mais trabalho. Espera-se que os profissionais de empresas jornalísticas que possuem sites e estações de rádio apresentem as últimas notícias nesses veículos de comunicação no decorrer do dia. E, por razões técnicas que nenhum de nós jamais conseguiu entender, os horários de fechamento da primeira edição em ambos os principais diários nos quais trabalhei, o *Washington Star* e o *Washington Post*, foram antecipados em uma hora, 19h em vez de 20h, após a informatização das redações. Isso também significa que a redação pode nos alcançar facilmente, algumas vezes com idéias de reportagens realmente absurdas.

É uma bela vida se não fraquejarmos. É uma vida para os jovens e os fortes, que podem trabalhar 16 horas por dia e adiar o jantar até as 23h. Quando eu era jovem e cheio de energia (até cerca dos 50 anos), via tudo isso como um desafio revigorante.

Uma das observações mais frequentes que ouvia de pessoas quando descobriam que eu estava no negócio de notícias era, "Isso parece interessante. Você pode aprender algo novo todo dia". "Sim", eu respondia, enquanto pensava, "você nem imagina". ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# Pesquisas Eleitorais: Por Que não Podemos Viver sem Elas

John Zogby

*Desde a década de 1960, o número de pesquisas de opinião pública vem crescendo enormemente. Neste artigo, John Zogby, especialista da área, discute a importância das pesquisas eleitorais, não apenas por avaliar a intenção pública com relação aos candidatos que concorrem ao governo, mas também por revelar os valores e as opiniões dos eleitores sobre questões atuais. O autor é presidente da Zogby International, sediada em Utica, Nova York, com escritórios em Washington, Miami e Dubai. A empresa faz pesquisas de opinião pública desde 1984 na América do Norte, América Latina, Oriente Médio, Ásia e Europa.*



Jeff Geissler/© AP Images

Alfonso Martinez registra-se para votar enquanto abastece o tanque em Santa Fé, Novo México

**E**u ganho a vida fazendo perguntas, então eis algumas: O que significam as pesquisas realizadas muitos meses antes de uma eleição? Elas fazem previsões ou são apenas leituras barométricas? Com toda a atual discussão sobre aquecimento global, seriam os americanos (e aqueles que acompanham as eleições americanas) vítimas da "poll-uição", isto é, do excesso de pesquisas ("polls") no domínio público? Podemos passar sem as pesquisas de opinião pública? Tentarei responder a cada uma dessas perguntas.

*O que significam as pesquisas realizadas muitos meses antes de uma eleição? Elas fazem previsões ou são apenas leituras barométricas?*

A melhor metáfora em que posso pensar sobre o valor das pesquisas prévias é a de uma pessoa que estabelece a meta de perder peso até novembro de 2008. Essa pessoa deve evitar a balança durante meses ou deve tentar medir seu progresso de tempos em tempos? As pessoas que tentam perder peso são, em sua maioria, como os políticos profissionais e os aficionados da política. Querem informações constantes. Certamente a pessoa de dieta não tem garantia de que atingirá sua meta na data desejada, mas os relatórios de progresso representados pelas pesquisas fornecem argumentos para que se esforce mais ou coma uma fatia

de bolo de chocolate de vez em quando.

As pesquisas prévias podem fornecer dados muito mais ricos do que simplesmente mostrar que candidatos estão na frente na disputa eleitoral. Quais são os problemas mais importantes em um determinado momento? Eles mudarão e terão de ser considerados? As pesquisas prévias também retratam a disposição geral do público. O povo está satisfeito com o rumo que o país está tomando ou, como costumamos dizer, "estamos no caminho errado"? Essas leituras são muito importantes. As pesquisas simplesmente acrescentam ciência àquilo que os candidatos vêem e o povo sente — satisfação, ressentimento, raiva, frustração, confiança — ou até mesmo desespero.

É importante entender que os pesquisadores investigam mais do que sentimentos unidimensionais ou opiniões momentâneas sobre coisas que os eleitores nem sempre compreendem. A boa pesquisa tenta definir os valores que os eleitores atribuem a problemas específicos. Os valores não são fugazes. Pelo contrário, são arraigados e sagrados. E muitas vezes as pessoas podem ser contraditórias em seus próprios valores. O mesmo eleitor pode achar que a guerra no Iraque está indo mal porque está causando morte e destruição desnecessárias — mas também se preocupa com a honra e a integridade dos Estados Unidos. Depende dos candidatos e de seus orientadores profissionais cunhar símbolos e mensagens apropriados para convencer os eleitores a superar seus conflitos interiores. É por isso que a pesquisa eleitoral é valiosa; ela ajuda a determinar as

mensagens mais comunicativas e os temas a serem enfatizados.

Na mesma linha, aprendi nessas três décadas como pesquisador de opinião pública que, nas campanhas políticas, muitas vezes as maiorias importam menos do que a intensidade dos sentimentos sobre questões fundamentais. Vamos examinar por um momento as questões mais importantes para a disputa presidencial de 2008. Em primeiro lugar indiscutivelmente está a guerra no Iraque. Cerca de três em cada cinco eleitores citam essa questão como a principal para eles. Ao mesmo tempo que a maioria dos democratas (mais de 80%) e muitos independentes (mais de 60%) faziam oposição à guerra em 2004, os republicanos a apoiavam com a mesma intensidade. Então o presidente Bush descobriu que a guerra não o afligia tanto depois que a relacionou com a guerra contra o terrorismo — algo que a maioria dos eleitores o considerava mais capaz de resolver do que seu oponente democrata, o senador John Kerry. Mas em 2005, não apenas o apoio conservador dos republicanos ficou mais fraco como também uma sólida minoria de membros do Partido Libertador e de republicanos moderados começou a fazer oposição ao presidente.

A guerra contra o terrorismo é a segunda questão mais importante e dá uma boa idéia da dinâmica da opinião pública. Quando foi reeleito em 2004, Bush foi considerado mais capaz de lidar com essa questão do que Kerry, por 67% contra 24%. Em 2005, os democratas estavam quase empatados com os republicanos na opinião do público sobre sua capacidade de combater o terrorismo. Mas à medida que nos aproximamos de 2008, observamos que os democratas não estão preparados para ganhar dos republicanos nessa questão porque não têm apoio suficiente dos eleitores para chegar à vitória. Pelo menos por enquanto.

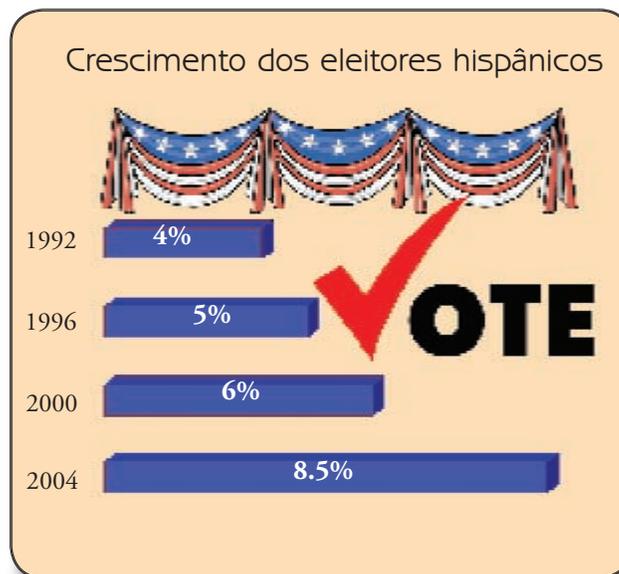
Nas últimas eleições, as questões mais polêmicas foram sobre "Deus, armas e gays". Mas os republicanos podem estar perdendo vantagem, porque os eleitores estão se voltando para outras questões, tais como o Iraque e o sistema de saúde, que geram insegurança, raiva e frustração — reações típicas de emoções muito intensas.

O que promete ser uma questão polêmica em 2008 é a imigração. Nesse assunto, a pesquisa é instrutiva. Os americanos são contra a imigração ilegal, mas acham justo

ter um caminho para a cidadania para aqueles que já estão nos Estados Unidos. Desejam maior controle nas fronteiras, mas não querem gastar centenas de milhões de dólares na construção de um muro entre Estados Unidos e México. No entanto, assim como acontece na guerra com o Iraque, essa questão não foi tão influenciada pelas maiorias que apóiam ou combatem várias medidas, mas sim pela intensidade do apoio ou da oposição de um número relativamente pequeno de eleitores. Os republicanos mais uma vez estão em posição difícil para enfrentar esse problema.

Os candidatos republicanos à Presidência e ao Congresso estão entre as vozes mais altas e mais conservadoras que se opõem a qualquer esforço para legalizar aqueles que já estão no país ilegalmente e o número cada vez maior de eleitores hispânicos alienados pelos esforços para a construção de um muro ao longo da fronteira sul. Considerem estes números: os

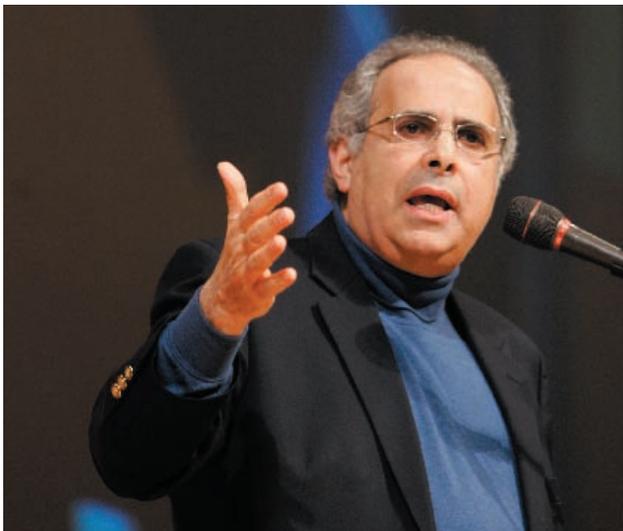
hispânicos eram 4% dos 92 milhões de eleitores nas eleições de 1992, 5% dos 95 milhões de eleitores em 1996, 6% dos 105 milhões de eleitores em 2000 e 8,5% dos 122 milhões de eleitores em 2004. E, como porcentagem do eleitorado americano, continuam a crescer a uma velocidade maior que a da população geral. Quando o presidente Bush recebeu 40% dos votos hispânicos de 2004 (até 5 pontos a mais que em 2000), estava obtendo uma fatia muito maior de um bolo muito maior. Em decorrência principalmente



da questão da imigração (junto com o Iraque e a economia), a participação do Partido Republicano nas eleições parlamentares de 2006 caiu para 28% do total de votos. Os republicanos sofreram uma enorme derrota. Com as pesquisas prévias mostrando que eles estão em desvantagem entre os hispânicos no ciclo eleitoral de 2008, os republicanos têm pela frente uma escolha difícil na questão da imigração.

#### Há "poll-uição"?

Na década de 1960, as organizações de pesquisa eram os institutos Gallup e Harris. Na década de 1970, as principais redes de televisão se juntaram aos grandes jornais. Em 1992, as pesquisas importantes ainda eram poucas. As razões para as pesquisas independentes e da mídia eram claras. Ao estabelecer um registro público dos resultados de levantamentos feitos por



© AP Images

O pesquisador de opinião pública internacional John Zogby fala para uma platéia na cidade de Oklahoma, Oklahoma, descrevendo o papel cada vez mais importante dos eleitores hispânicos na eleição de 2008

fontes independentes fidedignas, elas funcionavam como uma verificação contra abusos cometidos por candidatos coniventes que podiam alegar estar em posição melhor simplesmente por liberar informações falsas para confundir o público e possíveis colaboradores.

Com a explosão das redes de notícias a cabo e de outros novos meios de comunicação, as pesquisas de opinião pública proliferaram. Houve pelo menos duas dezenas de pesquisas independentes no domínio público em 2006 — e esse número vem crescendo. Assim, a verdadeira questão é se há ou não excesso de veículos de notícias e de pesquisas eleitorais. Até agora, os americanos parecem gostar das novas opções de notícias e das pesquisas extras. Eles querem sentir-se conectados, saber se suas opiniões são importantes ou não e ver como o seu candidato está se saindo entre o grande público — além de seu próprio círculo de amizades, cabeleireiros e barbeiros, lojas de conveniência, família e vizinhança.

Mas esse número maior de pesquisas trás consigo mais responsabilidade para os pesquisadores, o público e a mídia. Nós que estamos nesta profissão temos a obrigação de lembrar aos americanos o que as pesquisas podem e o que não podem fazer. Sempre ouvimos dizer que estamos "fazendo previsões" cada vez que publicamos nossos achados, quando na verdade estamos apenas tirando um retrato de um momento no tempo, obtendo uma leitura métrica, representando o progresso em uma escala. Tudo pode acontecer entre o momento da pesquisa e a eleição, mesmo quando a pesquisa é feita na véspera da eleição.

As pesquisas de opinião também não são perfeitas. Nós não entrevistamos todas as pessoas de um determinado universo da população, apenas fazemos uma amostragem. Portanto, há

uma fonte de erro inerente à amostragem (embora haja outros fatores que também possam causar erros). A maioria de nós opera dentro de uma margem de erro de "mais ou menos três pontos percentuais" nas pesquisas de opinião nacionais, ou seja, uma flutuação de seis pontos. Se o candidato A está recebendo 53% dos votos em uma pesquisa e o candidato B, 47%, então o candidato A pode ter entre 56% e 50% das intenções de voto, enquanto o candidato B pode ter entre 50% e 44%. Em outras palavras, os candidatos podem estar empatados. Podemos dizer se uma eleição está apertada ou não, mas não podemos prever o resultado, exceto por adivinhação e análise de nossos números. E isso é puramente por propósitos de diversão, não de previsão.

O público precisa ter um ceticismo saudável com relação às pesquisas de opinião. Elas são uma ferramenta muito útil para compreender a dinâmica de uma eleição, por isso não devem ser descartadas. E geralmente o produto do nosso trabalho é muito preciso. Mas no ano 2000, quando minhas pesquisas (junto com as da CBS News) indicavam uma pequena margem de vitória para o então vice-presidente Al Gore no sufrágio popular e algumas outras mostravam o então governador George W. Bush liderando por dois ou três pontos, estávamos dizendo basicamente a mesma coisa.

Por fim, a mídia — particularmente o rádio e a televisão — precisa explicar os erros de amostragem, o enunciado das perguntas e outras fontes de possíveis limitações nas pesquisas, enquanto, ao mesmo tempo, relata os resultados dentro de seu contexto, ou seja, eventos, discursos e outros fatores que podem ter influenciado os resultados enquanto a pesquisa estava sendo feita.

*Podemos passar sem as pesquisas de opinião pública?*

Bem, por certo eu não posso. Aparentemente, nem os políticos profissionais nem os observadores políticos. As pesquisas de opinião têm a importante função de revelar os pensamentos, sentimentos, vieses, valores e comportamentos de uma nação. Aprendi, depois de todos esses anos, que individualmente os americanos podem estar bem informados, indiferentes ou até mesmo errados, mas o povo americano como um todo está sempre informado e dificilmente está errado quando responde a uma pesquisa ou deposita um voto. ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# Um Novo Começo

Entrevista com Charlie Cook e Jerry Hagstrom



Shawn Thew/© CORBIS/epa

Eleitores na fila das eleições de meio de mandato de 2006 em Alexandria, Virgínia, terça-feira, 7 de novembro de 2006

*A eleição presidencial americana de 2008 é incomum porque nem o presidente em exercício nem o vice-presidente estão concorrendo ao mais alto cargo do país. Em entrevista a Michelle Austein, da equipe de redação do Bureau de Programas de Informações Internacionais, dois especialistas discutem esse fenômeno e analisam o que mais está reservado para a campanha eleitoral de 2008. Charlie Cook é redator e editor do Cook Political Report e Jerry Hagstrom, editor colaborador do National Journal.*

**Pergunta:** Você pode nos dizer por que o público americano e internacional já está dando tanta atenção à disputa presidencial de 2008 e por que essa disputa parece ser diferente das eleições americanas anteriores?

**Cook:** É realmente a primeira eleição em 80 anos que não temos o presidente ou vice-presidente em exercício concorrendo à reeleição. Ter uma disputa aberta para ambos os partidos é realmente extraordinário.

Temos normalmente, de um lado, um presidente ou vice-presidente, que em geral ganha facilmente (a indicação de seu partido), ou talvez, apenas duas pessoas disputando e então, do outro lado, um conjunto enorme de candidatos. Desta vez, há um grupo enorme nos dois lados. É realmente um ciclo eleitoral surpreendente. Nunca vimos nada semelhante.

**Hagstrom:** Acredito que seja uma disputa divertida para se observar e também significativa para as pessoas de outros países. E é importante começar a observá-la o quanto antes, porque não está claro quem serão os candidatos e, naturalmente, quem ganhará a eleição no final.

**P:** Os candidatos começaram a arrecadar fundos mais cedo do que nas eleições passadas. Uma explicação parcial para isso seria o fato de que não há titulares na disputa. Mais alguma razão?

**Cook:** Está muito mais difícil aproximar-se dos eleitores do que anteriormente. Há 20 ou 30 anos, havia três redes de televisão, e com elas era possível alcançar praticamente todo



Alan Diaz/© AP Images

Presidênciaáveis do Partido Democrata, senadores Barack Obama e Hillary Clinton, no debate das primárias democratas em Coral Gables, Flórida, em setembro de 2007

mundo. Agora, com a televisão a cabo e satélite e centenas e centenas de canais, e com várias outras distrações, é mais difícil entrar em contato com os eleitores, é difícil fazer a mensagem chegar até eles.

**Hagstrom:** Há muitos anos, costumava-se fazer campanhas em grandes eventos ou em grandes fábricas e o comparecimento às urnas era grande. Atualmente, é impossível conseguir isso. É preciso entender que hoje os americanos trabalham em escritórios. E, na verdade, não comparecem a esses grandes eventos. Então, para aproximar-se das pessoas por meio da televisão e do rádio, é preciso dinheiro para comprar espaço publicitário.

**Cook:** Nos Estados Unidos, as pessoas realmente votam no candidato — na pessoa — e não no partido. Isso exige gastos mais altos do que se vê em um governo parlamentar.

**Hagstrom:** Porque usamos um sistema de primárias para selecionar nossos candidatos, isso significa que um candidato pode, na verdade, surgir do nada. Ele ou ela não tem que ter uma longa história dentro do partido para obter sua indicação. Mas é preciso dinheiro, pessoas e tempo para convencer os membros do partido antes da realização das primárias.

**P:** Os candidatos deste ano parecem representar uma das maiores diversidades da história americana. Você sabe por

que isso está acontecendo nesta temporada e isso abre algum tipo de precedente para as eleições futuras?

**Hagstrom:** Bem, acho que uma das razões é porque a sociedade evoluiu e está mais diversificada e mais tolerante com a diversidade. Há 20 ou 30 anos, teria sido difícil para eles [candidatos] serem levados a sério.

**Cook:** Uma pesquisa do Instituto Gallup no começo deste ano indicou que 94% dos americanos votariam em um candidato afro-americano qualificado. 88% votariam em uma mulher qualificada. Essas estatísticas não seriam possíveis há 8, 12, 16 ou 20 anos. Nosso país é mais diversificado atualmente do que costumava ser. Aceita mais a diversidade hoje do que no passado. Sim, já tivemos mulheres disputando. Tivemos afro-americanos concorrendo para presidente, mas eles nunca tiveram uma chance de verdade. Desta vez eles estão concorrendo e a chance de vencer é real, isso diz alguma coisa sobre como os Estados Unidos mudaram.

**P:** Muitas pessoas nos Estados Unidos esperam que o Iraque domine as campanhas. Que outros temas serão discutidos?

**Cook:** Acho que o Iraque vai ser um fator importante, mas não tenho certeza — nós não sabemos como estará essa situação no outono de 2008. A situação econômica poderá ser uma questão importante. O problema do meio ambiente e do aquecimento global por fim amadureceu. É finalmente a questão que algumas pessoas — há 20, 30 anos — vêm tentando salientar. Mas em última análise, a maioria dos eleitores procura

avaliar pessoas, não questões.

**Hagstrom:** No final, o que realmente importa em uma corrida presidencial é o caráter. É uma questão de saber em quem confiar.

**P:** Muitos estados anteciparam o calendário de suas eleições primárias. Parece que em grande número deles será no dia 5 de fevereiro. Qual será o impacto disso sobre a temporada de campanha?

**Cook:** Bem, é irônico que muitos estados tenham antecipado suas primárias para 5 de fevereiro para poder ter um papel no processo. O que aconteceu é que tantos agiram dessa maneira

Um candidato não precisa ter uma longa história dentro do partido para obter sua indicação.

que a maioria dos estados e das pessoas não vai ter voz ativa no final. Quando há 21, 22 ou 23 estados de um total de 50, inclusive alguns dos maiores do país, todos com votações no mesmo dia, é meio difícil para os estados individualmente conseguir a devida atenção. Meu palpite é que saberemos quem são os candidatos, se não após 5 de fevereiro, então talvez mais ou menos uma semana após as primárias.

Em seguida, a campanha entrará numa fase morna por algum tempo. E as pessoas se concentrarão em outras coisas por dois ou três meses e então a campanha recomeçará e ganhará força até a eleição de novembro.

**Hagstrom:** Até agora, parece que as prévias de Iowa e a primária de New Hampshire, a serem realizadas antes de 5 de fevereiro, serão importantes para indicar a preferência dos americanos.

**P:** O que os eleitores indecisos procuram e será que temos alguma idéia do que desejam nesta temporada?

**Cook:** Eles procuram caráter, ou algo que os conforte. É como decidir quem se quer convidar para a sala de estar e para aparecer na tela de TV nos próximos quatro anos. Os eleitores entendem que nem sempre têm consciência das várias questões que os presidentes têm de enfrentar. Querem alguém com quem se sintam confortáveis, que tome decisões sobre coisas que eles nem sabem direito se existem.

**Hagstrom:** Acho que, quanto a esses eleitores, uma questão importante será o andamento da guerra do Iraque quando entrarmos na temporada de campanha. Poderá ser o assunto dominante ou talvez algum outro tema tome seu lugar.

**P:** Como a disputa de 2008 vai afetar a política externa dos EUA?

**Hagstrom:** Os candidatos democratas têm dito que farão mudanças na política do Iraque, ao passo que os candidatos republicanos nesse ponto divergem sobre se seguirão o caminho traçado pelo presidente Bush e sobre que mudanças fariam.

**Cook:** Acho que o presidente dos Estados Unidos representa

a cara do país para o resto do mundo. É uma oportunidade para começar de novo.

**P:** Poderia se falar de um maior comparecimento às urnas?

**Cook:** Nós realmente temos visto um aumento do comparecimento às urnas nos últimos seis ou oito anos por algumas razões. Costumávamos ouvir as pessoas dizer, "Não importa quem ganha". Bem, não se ouve mais isso; acho que as pessoas entendem que quer seja pelo terrorismo, guerra, pobreza ou o furacão Katrina, agora importa quem é o presidente dos Estados Unidos.

Algumas das comparações feitas sobre o comparecimento às urnas dos eleitores não são, na verdade, comparações justas. Quem observa os Estados Unidos pensa

em eleições municipais, de condado, estaduais, federais, primárias e gerais e, em alguns casos, segundos turnos e eleições especiais. Simplesmente, os americanos são convidados a comparecer às urnas com maior frequência do que as pessoas de outros países. Acho que há mais de 600 mil cargos eletivos nos Estados Unidos. Não é realmente uma comparação justa, porque os americanos realmente

votam mais do que qualquer outro povo no mundo. O que acontece é que se vota em diferentes eleições.

**Hagstrom:** As pessoas realmente percebem a importância de ganhar a eleição, e eu penso que os eleitores poderão estar altamente motivados a votar, mas isso pode também depender de quem são os candidatos e se a base de cada partido realmente se importa em eleger a pessoa que foi indicada.

**P:** Vimos que a tecnologia desempenha um papel cada vez maior na forma de analisar os candidatos, em especial informalmente na internet. Em sua opinião, isso afeta a maneira de fazer campanha dos candidatos?

**Cook:** Acho que se os orçamentos das campanhas forem observados como um todo, será encontrada uma porcentagem maior, mas a porcentagem dos orçamentos das campanhas [de candidatos] dedicada a novas tecnologias ainda é muito, muito pequena.



Charlie Cook (à esquerda) e Jerry Hagstrom no Departamento de Estado dos EUA em Washington, D.C., em junho de 2007

Foto: Sandra Brückner



Bill Sikes/© AP Images

Presidenciáveis do partido Republicano (à partir da esquerda) Tom Tancredo, Ron Paul, Mike Huckabee, Rudy Giuliani, Mitt Romney, John McCain, Sam Brownback e Duncan Hunter reunidos na Universidade de New Hampshire, em Durham, para o debate dos candidatos do partido Republicano em setembro de 2007

**Hagstrom:** A internet é muito boa para organizar os simpatizantes, é muito boa para arrecadar fundos, mas não é boa arma de persuasão. A exceção a isso tem sido o desenvolvimento do YouTube, uma mídia visual que está na internet.

Toda campanha agora tem alguém jovem com uma câmara seguindo o candidato da oposição. Voltamos à questão do caráter. [Os americanos] querem ver como é essa pessoa quando estiver desprevenida. E algumas dessas

situações ocorrem quando o candidato está falando para uma platéia simpática. Assim, esse avanço em poder filmar todos os candidatos o tempo todo e colocar qualquer erro no YouTube é, de certo modo, muito revelador. Não acredito que os eleitores venham a pensar que esse é o único aspecto de tal candidato, mesmo que isso tenha se tornado uma parte importante dessas campanhas.

**P:** Nas eleições americanas, o resultado da disputa presidencial se reduz a alguns estados decisivos, e nós

geralmente vemos os mesmos estados sendo mais uma vez visados porque podem votar tanto para os Democratas quanto para os Republicanos. Devemos entender que desta vez vai ser o mesmo grupo de estados influentes, ou há algum novo?



© AP Images/Shane Macomber

Na sede do partido republicano em Vail, Colorado, correligionários comemoram alegremente uma atualização do Colégio Eleitoral durante contagem de votos em novembro de 2004

**Cook:** Em grande parte são os mesmos estados. Basta observar a disputa de 2000 entre George W. Bush e Al Gore e a de 2004 entre George W. Bush e John Kerry para ver que há somente três estados em todo o país que tiveram desempenho diferente de uma eleição para outra. Gore conseguiu

## Cargos Eletivos

Há um ditado popular americano que diz, “Ele não pode ser eleito chefe da carrocinha” — o que significa basicamente que um candidato é inelegível. É um ditado meramente metafórico porque, nos Estados Unidos, o cargo de chefe da carrocinha é, na verdade, um dos poucos que não precisam de eleições. Na verdade, os titulares de cargos eletivos em âmbito local contratam os chefes da carrocinha e os eleitores estão desobrigados de conferir suas possíveis qualificações. Mas há muitas oportunidades para os eleitores escolherem seus favoritos para os cargos eletivos.

Embora os Estados Unidos tenham um único governo federal, o país tem 50 governos estaduais, mais de 300 mil cargos eletivos em governos locais (condados, cidades grandes e pequenas) e aproximadamente 200 mil distritos para fins especiais, tais como distritos escolares e distritos de água. Conseqüentemente, os eleitores americanos devem votar não apenas para presidente e parlamentares, mas também para milhares de autoridades governamentais locais e estaduais, inclusive legisladores estaduais, governadores e vice-governadores, auditores estaduais, comissários do condado, prefeitos de cidades grandes e pequenas, vereadores, juízes, policiais, magistrados, autoridades policiais locais, juizes de paz, membros de diretorias de escolas, de faculdades, de serviços públicos e outros cargos de confiança pública.

Entre os cargos eletivos mais incomuns encontram-se o de legista do condado, membros dos distritos de irrigação, funcionários dos cemitérios da cidade e fiscal de árvores, funcionário responsável pela retirada de árvores perigosas em propriedades da cidade. ■

ganhar no Novo México e em Iowa, mas perdeu em New Hampshire, e Kerry ganhou em New Hampshire e perdeu no Novo México e em Iowa. Acho que, em grande parte, vão ser os mesmos estados, mas estamos vendo uma pequena ascensão dos democratas em alguns estados do sudoeste. No caso de New Hampshire, que costumava ser um estado republicano muito conservador, vemos que se tornou mais aberto e mais democrata. Mas, ao mesmo tempo, percebe-se que alguns outros estados estão ficando menos democratas e mais republicanos. Por exemplo, Louisiana. Na Virgínia Ocidental, observamos que os padrões de votação mudaram; ficou mais difícil para os democratas vencer em um estado que costumava apoiá-los.

**Hagstrom:** O que espero nestas eleições é uma grande disputa pelo eleitor rural. A área rural dos Estados Unidos é geralmente considerada como território republicano, mas nem sempre é assim, e os democratas se saíram muito bem nas disputas para o Congresso em 2006.

**P:** Os estados estão gastando muito tempo e dinheiro desde 2000 analisando a melhor forma de conduzir as eleições. Acha que isso vai afetar o comparecimento eleitoral?

**Cook:** O comparecimento às urnas em 2004 foi maior do que em 2000. Nas últimas duas eleições de meio de mandato, o comparecimento cresceu. Como nação, não gastamos muito no processo de administração das eleições e dos eleitores e, como resultado, temos um sistema com muitas falhas. Não é fraude, ao contrário do que muitos acreditam.

Se os americanos quisessem gastar mais na apuração dos votos e administração das eleições, podíamos ter realmente um bom sistema, mas você quer fazer isso à custa, digamos, da educação? Assistência médica? Nossas responsabilidades em todo o mundo em termos de ajuda externa? No grande esquema das coisas, ter uma apuração eleitoral exata, precisa, quando a grande maioria dessas eleições ainda está distante — isso nunca foi realmente uma alta prioridade para as pessoas alocarem seu dinheiro.

**Hagstrom:** Uma das razões por que há tantas histórias sobre essas variações nas eleições é que nossas eleições são administradas pelos governos estaduais. O governo federal só se envolve quando há um problema sério. Portanto, há realmente muitas variações de estado para estado e de condado para condado.

Outro fator é essa nossa tradição de não permitir o voto afro-americano nos estados sulistas. E ninguém quer voltar a um sistema que restringe o direito ao voto. Não se deseja criar um sistema tão rígido a ponto de impedir alguém de votar. E essa é uma questão muito importante em um país tão diversificado como os Estados Unidos. ■

---

*As opiniões expressas nesta entrevista não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# Como Serão Financiadas as Eleições Americanas de 2008

Jan Witold Baran



Kiichiro Sato/© AP Images

Fazendo campanha em Mount Gilead, Ohio, o candidato ao Senado Sharrod Brown fala com eleitores em um café em agosto de 2006

*Ao disputar uma eleição para cargos federais nos Estados Unidos, os candidatos precisam levantar enormes somas de dinheiro para financiar suas campanhas, e a captação e o gasto desses recursos são altamente regulados pelo governo dos EUA. O especialista em direito eleitoral Jan Witold Baran explica as restrições legais às contribuições de campanha de indivíduos e organizações, descreve como as campanhas determinam os gastos e discute o financiamento público e privado das eleições presidenciais. O autor é sócio do escritório de advocacia Wiley Rein LLP, em Washington, D.C., além de comentarista e analista jurídico da rede de TV Fox News, da rede pública de rádio National Public Radio e da rede de TV ABC News.*

**N**o terceiro trimestre de 2007, quase duas dúzias de candidatos haviam lançado campanhas eleitorais para ser o próximo presidente dos

Estados Unidos. A eleição propriamente dita só ocorrerá em 4 de novembro de 2008, no entanto esses candidatos já haviam iniciado suas campanhas para indicação de seus respectivos partidos políticos, o Republicano ou o Democrata. Os partidos escolhem oficialmente seus candidatos à Presidência nas convenções do terceiro trimestre de 2008, mas os candidatos devem sair em busca de delegados nas eleições primárias que começam em janeiro desse ano. Esse processo longo e árduo exige candidatos hábeis, resistentes e incansáveis. Também requer grandes somas de dinheiro.

Os cargos de presidente, senador e deputado são federais. Eles são os membros elegíveis da Casa Branca, do Senado e da Câmara dos Deputados dos EUA em Washington, D.C. As campanhas eleitorais para esses cargos são reguladas por lei federal, que também determina a forma como as campanhas podem captar recursos, de quem e quanto. As leis federais de



Sam Aiona, presidente estadual do Partido Republicano do Havai, conclama a Comissão Eleitoral Federal a levar adiante as questões de financiamento e supervisão de campanhas

financiamento de campanhas são separadas das leis estaduais, que regulam as eleições para cargos estaduais e locais, como governador, prefeito ou membro do Legislativo estadual. Por conseguinte, um candidato a cargo federal deve ater-se às leis federais, que são um tanto complexas e restritivas. Os candidatos presidenciais consideram necessária a captação de centenas de milhões de dólares para as campanhas dirigidas a uma nação com mais de 100 milhões de eleitores, mas a forma como esses aspirantes ao cargo de presidente angariam e gastam esse dinheiro é altamente regulada.

#### **ORGANIZAÇÃO DE CAMPANHA**

Um candidato a presidente deve indicar uma organização de campanha, chamada de comitê político. O comitê político deve ter um tesoureiro e registrar-se na Comissão Eleitoral Federal (FEC). Apesar do nome, a FEC apenas supervisiona e aplica as leis de financiamento de campanhas; não é ela realmente que conduz as eleições. Nos Estados Unidos, o processo de registro dos eleitores, de condução da votação e de contagem dos

votos é de responsabilidade dos funcionários eleitorais estaduais e locais.

Diferentes tipos de comitês políticos estão registrados na FEC. Além dos candidatos, os partidos políticos também devem registrar seus próprios comitês nessa agência. Além do mais, qualquer grupo de cidadãos comuns pode formar um comitê político, inclusive pessoas de empresas, sindicatos de trabalhadores ou associações de classe. Esses comitês políticos são geralmente denominados CAPs ou comitês de ação política e também devem se registrar na FEC.

Uma vez registrados, os comitês políticos podem iniciar a captação de recursos de campanha. Todos esses recursos, bem como as despesas, devem ser divulgados em relatórios que são entregues na FEC todo mês ou a cada trimestre. Os relatórios são arquivados eletronicamente e ficam à disposição do público no site da FEC [<http://www.fec.gov>]. Diversas organizações privadas também mantêm sites para monitorar as contribuições e despesas dos candidatos, partidos políticos e CAPs.

## FONTES LÍCITAS DE CONTRIBUIÇÃO

Todas as doações a candidatos federais ou comitês políticos devem ser feitas por indivíduos ou comitês registrados na FEC. As contribuições diretas de empresas ou sindicatos de trabalhadores são proibidas, embora essas entidades possam patrocinar os CAPs que captam recursos de pessoas físicas. Contribuições em dinheiro acima de cem dólares para os CAPs são ilícitas, assim como as de indivíduos considerados "estrangeiros", isto é, não-cidadãos que não foram admitidos

permanentemente nos Estados Unidos. Contudo, os cidadãos estrangeiros que receberam residência permanente podem contribuir, mesmo que não possam votar na eleição.

## LIMITES DE CONTRIBUIÇÕES

Os valores arrecadados de pessoa física ou comitês políticos estão sujeitos a vários limites. Por exemplo, um indivíduo não pode contribuir com mais de US\$ 2.300 para a campanha de nenhum candidato. Esse limite é calculado "por eleição". Conseqüentemente, uma pessoa física pode contribuir com no máximo US\$ 2.300 para a campanha de eleição primária de um candidato e no máximo US\$ 2.300 para a campanha de eleição geral do mesmo candidato. Um marido e sua mulher são tratados como pessoas físicas diferentes e, portanto, podem doar coletivamente duas vezes o limite, ou US\$ 4.600 por eleição.

Além dos limites sobre quanto os candidatos (e outros tipos de comitês) podem receber de contribuição, os indivíduos também estão sujeitos a um limite de contribuição "agregada". Uma pessoa física não pode doar mais de US\$ 108.200 a todos os candidatos federais e comitês políticos em um ciclo eleitoral de dois anos. (Os limites são ajustados a cada dois anos de acordo com o aumento da inflação, o que explica as quantias incomuns em dólar).

Os CAPs estão sujeitos a um limite de US\$ 5



Mike Gordon, candidato do 53º distrito congressional da Califórnia, discute estratégia com voluntários de campanha

Damian Dovarganes/© AP Images

mil por eleição para a campanha de um candidato. Também é limitado o montante de contribuição aos partidos políticos, mas ele é maior do que o limite de contribuições do CAP a um candidato individual.

Por conseguinte, um candidato a presidente que aspire angariar, por exemplo, US\$ 23 milhões — uma quantia relativamente modesta para uma campanha presidencial — deve atingir seu intento atraindo doadores individuais, que não deverão doar mais de US\$ 2.300, e talvez também CAPs, que não podem ultrapassar US\$ 5 mil. A fim de captar US\$ 23 milhões, tal candidato precisaria, no mínimo, de mil pessoas para doar a quantia máxima permitida. É mais provável que ele procure encontrar milhares de contribuintes, a maioria dos quais doará quantias abaixo do máximo legalmente previsto.

## GASTOS DE CAMPANHAS

Para fazer campanha para cargo público, o candidato precisa contratar auxiliares; providenciar o espaço apropriado para os serviços de escritório e viagens; realizar pesquisas; emitir declarações de posicionamento; pôr anúncios no rádio e na televisão, em publicações e na internet; e fazer muitas aparições públicas e eventos para captação de recursos. Os candidatos à Câmara dos Deputados realizarão essas atividades em seu distrito congressional específico, enquanto os candidatos ao Senado farão o mesmo em

sua base eleitoral, ou seja, em todo o seu estado.

Os candidatos a presidente têm a gigantesca tarefa de organizar suas campanhas em cada estado e então, se indicados, em toda a nação. O planejamento inicial de uma campanha presidencial — ganhar a indicação do partido — estará centrado nas primeiras primárias estaduais. Assim, os candidatos procurarão se organizar em Iowa, New Hampshire, Carolina do Sul, Nevada e Flórida, todos os quais realizarão convenções ou eleições primárias em janeiro de 2008. No passado, outros estados realizavam suas eleições primárias em um ciclo que ia até junho. Em 2008, contudo, a maioria dos estados, inclusive os grandes como Califórnia, Nova York e Texas, realizarão suas eleições primárias em 5 de fevereiro. Essa agenda eleitoral grandemente reduzida impõe enormes demandas às campanhas presidenciais para arrecadar somas vultosas de dinheiro — US\$ 100 milhões no mínimo, segundo algumas estimativas — a fim de financiar as atividades dessas primárias. O quanto é arrecadado e onde o dinheiro é gasto será uma questão de registro público, uma vez que os comitês de campanha terão de divulgar suas finanças à FEC. Esses relatórios, em especial durante 2007 e janeiro de 2008, são conhecidos como "a primária do dinheiro" porque são largamente vistos como um barômetro do volume de apoio que cada candidato possui antes do início da votação real.

#### **FINANCIAMENTO PÚBLICO DE CAMPANHAS**

Desde 1976, os candidatos presidenciais estão capacitados a participar do sistema de financiamento público pelo qual o governo dos EUA disponibiliza recursos para campanhas qualificadas. Até as eleições de 2000, todos os candidatos indicados para presidente participavam desse sistema recebendo recursos governamentais em troca da promessa de não gastar mais do que um valor especificado. No entanto, esse sistema tem perdido cada vez mais a atratividade para os candidatos em virtude de o limite de gastos imposto ser considerado muito baixo — e inferior aos valores que os principais candidatos podem facilmente captar de fontes privadas. Conseqüentemente, em 2000, o então governador George W. Bush tornou-se o primeiro candidato importante a renunciar ao financiamento público das eleições primárias. Quatro anos depois, o presidente Bush, um republicano, e o senador John Kerry e o governador Howard Dean, candidatos democratas,

optaram por não aceitar o financiamento público da corrida das primárias. Em 2008, a expectativa geral é que, pela primeira vez, todos os candidatos democratas e republicanos, com exceção do Democrata John Edwards, recusarão o financiamento público das primárias. Também parece provável que os candidatos finais do Partido Democrata e do Partido Republicano evitarão o sistema de financiamento público durante a campanha eleitoral geral.

#### **QUANTO SERÁ GASTO?**

É difícil prever os valores a serem gastos pelas campanhas na eleição de 2008, mas pode-se fazer uma previsão com segurança: mais dinheiro do que nunca será gasto nessa eleição. Em 2004, o presidente Bush captou US\$ 270 milhões para as primárias e recebeu US\$ 75 milhões de recursos públicos para a eleição geral. O senador Kerry, seu adversário final, ficou logo atrás, arrecadando US\$ 235 milhões para as primárias e recebendo os mesmos US\$ 75 milhões para a eleição geral. Em 2008, houve um aumento no número de candidatos, mas o mesmo ocorreu com relação ao limite de contribuições (US\$ 2.300 contra US\$ 2 mil em 2004). Há também uma elevação no número de americanos contribuindo para campanhas; isso tem sido estimulado pela facilidade de contribuir eletronicamente por meio dos sites de campanha na internet.

Além dos gastos do candidato, há o dinheiro despendido por partidos políticos, CAPs e outros grupos de interesse. Em 2004, o Centro de Política Responsiva estimou que US\$ 3,9 bilhões haviam sido gastos por todos os candidatos federais, partidos políticos e outros nas campanhas eleitorais daquele ano. Isso representou um aumento de 30% em relação à campanha de 2000. O mais provável é que 2008 assistirá a outro aumento. ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# O Colégio Eleitoral Continua Útil?

Dois acadêmicos debatem os prós e os contras do Colégio Eleitoral, o sistema pelo qual cada estado indica os membros do Colégio Eleitoral que escolhem o presidente dos EUA depois de o voto popular ter sido dado. Ross K. Baker apresenta argumentos a favor da manutenção do Colégio Eleitoral como ele foi criado pela Constituição dos EUA, em 1787. Baker é professor de Ciência Política da Universidade Rutgers em New Brunswick, Nova Jersey. Jamie Raskin apresenta argumentos a favor da adaptação do sistema do Colégio Eleitoral para garantir que os resultados da eleição reflitam o voto popular nacional.

Raskin é senador pelo estado de Maryland e professor de Direito Constitucional da Universidade Americana de Washington, DC. Ele introduziu legislação que fez de Maryland o primeiro estado americano a unir-se ao Pacto Interestadual pelo Voto Popular Nacional.



Delegação de Ohio para o Colégio Eleitoral ratifica seu voto durante cerimônia de votação na Assembléia Legislativa de Columbus, em dezembro de 2004

Will Shilling/© AP Images

## A FAVOR O Colégio Eleitoral ainda é útil no século 21

Ross K. Baker

**N**a noite de 7 de novembro de 2000, a recém-eleita senadora democrata do estado de Nova York, Hillary Rodham Clinton, discursou em Manhattan para uma animada multidão de partidários e prometeu ir a Washington trabalhar para abolir o "arcaico e antidemocrático" Colégio Eleitoral que havia deixado de produzir um vencedor nítido na eleição presidencial.

Ninguém se lembrou de mencionar que a instituição para a qual havia sido recém-eleita, o Senado dos EUA, era tanto arcaica (foi criada

## CONTRA Usemos o Colégio Eleitoral para dar aos Estados Unidos uma votação popular nacional para presidente

Jamie Raskin

**C**omo americanos, está em nossa índole promover a democracia e amplas reformas políticas no mundo inteiro.

Mas em casa somos mais relutantes. Chamamos "democracia" nossas práticas eleitorais sem sequer compará-las com nossos princípios democráticos e menos ainda com as melhores práticas surgidas em outras nações.

Essa complacência é embaraçosa visto que

em 1789) quanto antidemocrática (cada estado, independentemente da população, é representado por dois senadores). Se aplicarmos à Constituição dos EUA a norma de que todas as suas disposições devem ser modernas e democráticas, na realidade não sobra muita coisa desse durável e vitorioso plano de governo.

A Constituição dos EUA está repleta de aspetos que alguns dos seus críticos considerariam ultrapassados, inclusive o sistema de federalismo, em que o governo nacional reparte o poder com 50 estados. Provavelmente seria mais eficiente para os Estados Unidos serem governados somente a partir da capital, Washington, DC, mas os que escreveram a Constituição não tinham a eficiência como prioridade. Eles valorizaram muito mais a liberdade e acharam mais seguro fragmentar o poder político. Um dos aspectos da fragmentação é o fato de o governo nacional, ou federal, repartir poder com os estados.

Aspecto importante do federalismo americano é a inclusão dos 50 estados na escolha do presidente. Esse sistema — o Colégio Eleitoral — dá a cada estado um número de votos eleitorais equivalentes ao número total de seus membros no Senado e na Câmara dos Deputados dos EUA, em que os estados conquistam cadeiras proporcionais à sua população. O candidato presidencial que conseguir vencer a votação popular em uma quantidade de estados cujos votos formem a maioria dos votos eleitorais (atualmente, 270 de 538) torna-se presidente.

Os que criticam esse sistema defendem a simplicidade da eleição direta. Basta contar os votos em nível nacional, ignorando os totais de votos dos estados individualmente, e declarar um vencedor. Se os Estados Unidos adotassem tal sistema, os candidatos seriam estimulados a fazer campanha apenas nos estados mais populosos e a procurar obter lá o maior número de votos, ignorando os estados com populações menores.

O Colégio Eleitoral força os candidatos a manter contato fora dos grandes centros populacionais e a fazer campanha em lugares

algumas de nossas atuais práticas eleitorais refletem os primórdios da nação em um contexto muito menos democrático.

O exemplo mais drástico está em como escolhemos nosso presidente, um processo complicado que vira todos os princípios importantes da democracia de cabeça para baixo. Vejam como os preceitos básicos da democracia são virados de cabeça para baixo em uma eleição presidencial nos EUA:

- A maioria delibera — mas não em nossas eleições presidenciais. A regra da maioria é o coração da democracia política, mas nos Estados Unidos não é o vencedor do voto popular nacional quem se torna presidente. É o vencedor do Colégio Eleitoral, sistema pelo qual cada estado nomeia um certo número de "delegados" que então escolhem o presidente. Na muito divulgada eleição de 2000, o vice-presidente Al Gore bateu o governador George W. Bush por mais de 500 mil votos na contagem popular nacional, mas perdeu no Colégio Eleitoral devido a uma diferença de última hora de 537 votos na Flórida. Os perdedores pelo voto popular prevaleceram no Colégio Eleitoral em outras três eleições, e há muitas eleições quase perdidas em que uma pequena alteração nos votos populares teria impelido para a Casa Branca os perdedores pelo voto popular.
- As pessoas votam em seu presidente — mas não nos Estados Unidos. Aqui, as pessoas votam em delegados do Colégio Eleitoral dos estados, que então escolhem o presidente. Naturalmente, a maioria das pessoas acredita estar votando no presidente.
- Todo voto conta igualmente — mas não na estranha matemática do Colégio Eleitoral, em que um cidadão de Delaware ou de Dakota do Norte vale matematicamente bem mais (medido pelo cociente dos eleitores pelos delegados do Colégio Eleitoral) que um voto isolado em estados maiores, como Califórnia ou Texas ou Nova York. Mas se ponderarmos os votos pela probabilidade de que os eleitores terão realmente um impacto sobre quem se tornará delegado do Colégio Eleitoral de um estado, a arbitrariedade muda



Paul Connors/© AP Images

No Arizona, o selo oficial do estado é afixado aos votos dos delegados do Colégio Eleitoral do estado durante uma cerimônia no Capitólio estadual, em Phoenix

que seriam ignorados em um sistema de eleição direta. Seria possível, pelo menos teoricamente, que os candidatos fizessem campanha apenas nos 12 estados mais populosos e conquistassem a Presidência. Isso significa que os candidatos teriam todos os motivos para ignorar os outros 38 estados. Porém, com o sistema de Colégio Eleitoral, seria altamente improvável que qualquer candidato pudesse obter votos eleitorais suficientes fazendo campanha apenas nos 12 estados mais populosos. Um candidato democrata a presidente poderia provavelmente considerar vitória em Nova York, Califórnia e Massachusetts. E um republicano provavelmente obteria os votos eleitorais do Texas, da Carolina do Norte e da Geórgia. A fim de obter o mínimo de 270 votos eleitorais necessários para chegar à Casa Branca, porém, cada um precisaria conquistar não somente os maiores estados considerados decisivos — lugares como a Flórida e Ohio, em que as forças partidárias estão mais

e as disparidades crescem de modo ainda mais espantoso. Por exemplo, em 2004 a eleição presidencial foi definida por uma diferença de 365 votos no estado do Novo México e por uma diferença de 312.043 votos em Utah, o que significa que um eleitor do Novo México teve probabilidade de influenciar a nomeação de delegados do Colégio Eleitoral centenas de vezes maior do que um eleitor de Utah.

- Cada eleitor deve ter incentivo igual para votar — mas nos Estados Unidos não temos isso. A grande maioria das pessoas vive em estados considerados áreas "seguras", onde os republicanos ou os democratas têm um suposto controle sobre os delegados do Colégio Eleitoral do estado na eleição para presidente. Dois terços dos estados tornaram-se então território de passagem, enquanto os candidatos correm para a faixa minguante dos estados "decisivos". Nos dois últimos ciclos eleitorais, os dois partidos gastaram 99% de seus recursos de campanha em apenas 16 estados e surpreendentes 70% em cinco estados. A maioria de nós — inclusive pessoas que vivem no Texas, em Nova York e na Califórnia, três dos quatro maiores estados — somos meros espectadores da campanha real que ocorre na Flórida ou em Ohio e em um punhado de outros estados. O fato de a maioria do país ser ignorada reduz o comparecimento nesses estados esquecidos. O comparecimento às urnas na eleição geral aproxima-se de 70% nos estados decisivos, mas fica em torno de 50% nos estados desprezados, fazendo com que o índice nacional de comparecimento fique entre os mais baixos do mundo.

O que pode ser feito em relação à dinâmica perversa de nossas eleições presidenciais? As pesquisas de opinião pública mostraram há tempos que mais de 65% dos americanos preferem o voto popular nacional direto para presidente, em que todos os nossos votos têm o mesmo valor, sem levar em conta a geografia. As pessoas querem que o presidente represente todos os americanos, não uma colcha de retalhos de estados costurada por manipulação partidária. O quebra-cabeça tem sido como conciliar o anseio instintivo por uma eleição popular nacional com a mecânica antiquada do

uniformemente divididas — como também estados menos populosos. Uma vez que todos os estados têm no mínimo três votos eleitorais garantidos, os candidatos não podem se permitir negligenciar nem mesmo esses lugares.

O Colégio Eleitoral também torna muito menos provável eleger um candidato estritamente regional, uma vez que nenhuma região dos Estados Unidos contém, sozinha, votos eleitorais suficientes para escolher um presidente. Os que criticam o sistema de Colégio Eleitoral se apoiam estritamente no número de eleitores; os que o defendem apontam a distribuição desses votos e o fato de serem obtidos de um corte transversal amplo de estados e regiões do país.

Em toda a história americana, o sistema de Colégio Eleitoral também tornou mais difícil a vitória de candidatos de um partido minoritário ou de um terceiro partido na corrida presidencial. Alguns dos críticos do sistema atual talvez apontem isso como aspecto negativo da política dos EUA, mas o sistema bipartidário tem funcionado bem nos Estados Unidos. Ao impor uma dose de moderação na política americana, o sistema de dois partidos tem sido fator importante na estabilidade do país. Ele desencoraja movimentos extremistas mas, ao mesmo tempo, se um candidato ou partido minoritário propuser idéias que se provem populares entre os eleitores, um dos grandes partidos provavelmente as adotará. Um candidato extremista talvez conseguisse conquistar o voto popular e os votos eleitorais em alguns estados — como aconteceu com Strom Thurmond e seu partido segregacionista Direitos dos Estados na eleição de 1948 —, mas seria improvável que conquistasse a Presidência. Com o sistema de Colégio Eleitoral há espaço para protestos na política americana, mas o extremismo é desencorajado.

Além disso, embora o extremismo político seja desencorajado no sistema de Colégio Eleitoral, grupos raciais e de minorias étnicas são realmente fortalecidos por ele. Os hispânicos, por exemplo, constituem apenas cerca de 12% da população dos EUA e representam porcentagem ainda menor do eleitorado. Em um sistema de eleição direta, sua



Daniel Shanken © AP Images

O juiz da Suprema Corte da Pensilvânia J. Michael Eakin presta juramento nos procedimentos do Colégio Eleitoral no Capitólio de Harrisburg, em dezembro de 2004

Colégio Eleitoral, uma instituição confusa que Thomas Jefferson chamou de "a mácula mais perigosa em nossa Constituição".

Mas agora o estado de Maryland deu um passo ousado e histórico para mostrar como podemos usar o Colégio Eleitoral para chegar a um voto popular nacional para presidente. Em 10 de abril de 2007, o governador Martin O'Malley sancionou um plano para que Maryland adotasse e lançasse um pacto interestadual em que todos os estados participantes concordam em destinar os votos do Colégio Eleitoral ao vencedor do voto popular nacional. O acordo entrará em vigor quando for promulgado por vários estados que representem a maioria de votos eleitorais (270). O plano, aprovado por esmagadora maioria no Senado e na Câmara dos Deputados de Maryland, já foi aprovado em doze assembleias legislativas estaduais e em ambas as câmaras da Califórnia, do Havaí e de Illinois. Ele está sendo impelido pelo sentimento de que nossas eleições presidenciais afastam-se drasticamente do "governo do povo, pelo povo e para o povo".

O plano do Voto Popular Nacional baseia-

influência seria muito reduzida, mas em alguns estados, seu número é grande o suficiente para ter influência considerável. No Arizona, que tende a ser um estado politicamente decisivo, os hispânicos representam cerca de 25%, o dobro da média nacional, dando a esse grupo minoritário muito mais influência política com o sistema de Colégio Eleitoral do que teria de outro modo. Da mesma forma, em um estado como a Virgínia, os afro-americanos totalizam quase 20% da população e tornam, então, a política desse estado muito mais competitiva.

Finalmente, há a grande questão da saúde do sistema federal. Os redatores da Constituição viram na divisão do poder entre os governos nacional e estaduais uma salvaguarda importante das liberdades individuais; porém, a tendência dos últimos anos tem sido o governo federal assumir cada vez mais poder em áreas que eram tradicionalmente responsabilidade dos estados. Diminuir ainda mais a influência dos estados pela abolição do Colégio Eleitoral seria destruir um dos principais pilares de um sistema político que tem resistido aos desafios enfrentados no decorrer dos 220 anos de história americana. ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

se nos poderes dos estados de criar pactos interestaduais e de indicar delegados do Colégio Eleitoral. O Artigo II, Seção I, da Constituição dos EUA determina: "Cada estado indicará, de maneira que seu Legislativo possa controlar, uma quantidade de delegados do Colégio Eleitoral". Esse poder tem sido aplicado pelos legislativos de maneiras diferentes. Quando a nação começou, a maioria dos legislativos indicava os delegados do Colégio Eleitoral diretamente. O Colégio Eleitoral operava com um corpo deliberativo e cada delegado votava de acordo com sua consciência. Em 1800, por exemplo, Maryland viu sete dos seus delegados votar em Adams e quatro, em Jefferson. Quando os estados começaram a nomear os delegados do Colégio Eleitoral no modo o-vencedor-leva-tudo com base em voto popular em âmbito estadual, os estados menores se queixaram de que essa votação moderna em bloco "unitário" diluía o poder dos estados pequenos (e eles tinham razão). Eles moveram ação judicial — e perderam. Em *Delaware v. Nova York* (1966), a Suprema Corte dos EUA rejeitou a contestação, ressaltando que o poder dos estados de indicar delegados do Colégio Eleitoral pode ser exercido de qualquer maneira considerada apropriada. O poder do estado é total e "plenário".

Assim, da Califórnia a Nova Jersey, do Texas a Utah, nossos legislativos — guiados pelos estados espectadores — podem agora unir-se e usar seus poderes constitucionais para dar aos Estados Unidos algo que promovemos para o resto de mundo, mas jamais conseguimos obter em casa: uma eleição para presidente verdadeiramente nacional, baseada em princípios da regra da maioria, uma pessoa-um voto e todo voto com o mesmo valor. Tal eleição revitalizará nossa letárgica democracia de baixo comparecimento ao energizar dezenas de milhões de eleitores hoje supérfluos. Também nos alinhará com a maneira pela qual as democracias do mundo inteiro elegem seu presidente. ■

---

*As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.*

# O Colégio Eleitoral

Quando os eleitores americanos vão às urnas votar para presidente, muitos acreditam que estão participando de uma eleição direta. Do ponto de vista técnico, esse não é o caso — na verdade, eles estão escolhendo os "eleitores" que se comprometeram a votar em um determinado candidato.

Os candidatos que vencem o voto popular em um estado geralmente recebem todos os votos eleitorais desse estado. (Técnicamente, todos os eleitores do colégio eleitoral comprometidos com esses candidatos são eleitos.)

Se nenhum candidato a presidente consegue a maioria dos votos eleitorais, a Câmara dos Deputados escolhe o vencedor entre os três mais votados no Colégio Eleitoral. Os membros da Câmara votam por estado, e cada delegação estadual deposita um voto.

O número de eleitores de um estado no Colégio Eleitoral é igual ao número de senadores e deputados desse estado. O Distrito de Colúmbia, que não tem representação no Congresso, tem três votos eleitorais.

Os eleitores se reúnem e votam oficialmente para presidente e vice-presidente na primeira segunda-feira após a segunda quarta-feira de dezembro em ano de eleição presidencial. Para ser eleito, um candidato precisa ter maioria dos votos. Como há 538 eleitores, ele precisa de pelo menos 270 votos eleitorais para vencer a eleição.

Se nenhum candidato a vice-presidente consegue a maioria dos votos eleitorais, o Senado escolhe o vencedor entre os dois mais votados no Colégio Eleitoral.



Os eleitores registrados nos 50 estados e no Distrito de Colúmbia depositam seus votos para presidente e vice-presidente na primeira terça-feira seguinte à primeira segunda-feira de novembro em ano de eleição presidencial.

Votos eleitorais por estado/distrito federal para as eleições de 2008

# Bibliografia

## Leituras complementares sobre as eleições americanas

**Bai, Matt.** *Billionaires, Bloggers, and the Battle to Remake Democratic Politics* [Bilionários, Blogueiros e a Batalha para Refazer a Política Democrática]. Nova York, NY: Penguin Press, 2007.

**Benenson, Bob.** *Elections A to Z* [Eleições de A a Z]. Washington, DC: CQ Press, 2007.

**Black, Earl e Merle Black.** *Divided America: The Ferocious Power Struggle in American Politics* [Estados Unidos Divididos: A Feroz Luta pelo Poder na Política Americana]. Nova York, NY: Simon & Schuster, 2007.

**Carroll, Susan J. e Richard L. Fox, orgs.** *Gender and Elections: Shaping the Future of American Politics* [Gênero e Eleições: Moldando o Futuro da Política Americana]. Nova York, NY: Cambridge University Press, 2006.

**Dover, E.D.** *Images, Issues, and Attacks: Television Advertising by Incumbents and Challengers in Presidential Elections* [Imagens, Questões e Ataques: Propaganda Televisiva de Candidatos à Reeleição e Adversários nas Eleições Presidenciais]. Lanham, MD: Lexington Books, 2006.

**Farnsworth, Stephen J.** *The Nightly News Nightmare: Television's Coverage of U.S. Presidential Elections, 1988-2004* [O Pesadelo do Noticiário da Noite: Cobertura Televisiva das Eleições Presidenciais Americanas, 1988-2004]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, 2007.

**Feldman, Jeffrey.** *Framing the Debate: Famous Presidential Speeches and How Progressives Can Use Them to Change the Conversation (and Win Elections)*. [Definindo o Debate: Discursos Presidenciais Famosos e Como os Progressistas Podem Usá-los para Mudar a Conversa (e Ganhar as Eleições)]. Brooklyn, NY: Ig Publishing, 2007.

**Green, John C., Mark J. Rozell e Clyde Wilcox, orgs.** *The Values Campaign: The Christian Right and the 2004 Elections* [Campanha dos Valores? A Direita Cristã e as Eleições de 2004]. Washington, DC: Georgetown University Press, 2006.

**Jarvis, Sharon E.** *The Talk of the Party: Political Labels, Symbolic Capital, and American Life* [A Conversa do Partido: Rótulos Políticos, Capital Simbólico e Vida Americana]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2005.

**Magleby, David B., Anthony J. Corrado e Kelly D. Patterson.** *Dancing without Partners: How Candidates, Parties, and Interest Groups Interact in the Presidential Campaign* [Dançando sem Parceiros: Como os Candidatos, os Partidos e os Grupos de Interesse Interagem na Campanha Presidencial]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

**McDonald, Michael P. e John Samples.** *The Marketplace of Democracy: Electoral Competition and American Politics* [O Mercado da Democracia: Corrida Eleitoral e Política Americana]. Washington, DC: Instituto Cato /Brookings, 2006.

**Pfau, Michael, J. Brian Houston e Shane M. Semmler.** *Mediating the Vote: The Changing Media Landscape in U.S. Presidential Campaigns* [Mediando o Voto: A Mudança no Cenário da Mídia nas Campanhas Presidenciais Americanas]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

**Sabato, Larry J. e Howard R. Ernest.** *Encyclopedia of American Political Parties and Elections* [Enciclopédia de Eleições e Partidos Políticos Americanos]. Nova York, NY: Facts on File, 2006.

**Schofield, Norman.** *Multiparty Democracy: Elections and Legislative Politics* [Democracia Multipartidária: Eleições e Política Legislativa]. Nova York, NY: Cambridge University Press, 2006.

**Skinner, Richard M.** *More Than Money: Interest Group Action in Congressional Elections* [Mais do que Dinheiro: Ação dos Grupos de Interesse nas Eleições Parlamentares]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

**Stanley, Harold W. e Richard G. Niemi.** *Vital Statistics on American Politics 2007-2008* [Estatísticas Vitais na Política Americana 2007-2008]. Washington, DC: CQ Press, 2007.

**Williams, Andrew Paul e John C. Tedesco, orgs.** *Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004* [Eleição pela Internet: Perspectivas sobre a Web na Campanha 2004]. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2006.

---

*O Departamento de Estado dos EUA não assume responsabilidade pelo conteúdo e disponibilidade dos recursos relacionados acima.*

# Recursos na Internet

Fontes de informações on-line sobre o processo eleitoral dos EUA

## Coleções de links sobre eleições

**Arquivos Nacionais dos EUA: recursos sobre eleições e votações nos EUA**

<http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/links2.html#maps>

**Departamento de Estado dos EUA, Centro de Imprensa Estrangeira: Eleições 2008**

<http://fpcc.state.gov/fpcc21250.htm>

**Departamento de Estado dos EUA: eleições americanas**

[http://usinfo.state.gov/dhr/democracy/elections/elections\\_links.html](http://usinfo.state.gov/dhr/democracy/elections/elections_links.html)

**Links sobre eleições da Universidade de Vanderbilt**

<http://lib11.library.vanderbilt.edu/diglib/godort.pl?searchtext=Elections&Type=Simple&Resource=DB&Website=FDTF>

**P2008: Disputa pela Casa Branca**

<http://www.gwu.edu/~action/P2008.html>

**Voz da América. O Caminho para a Eleição de 2008**

<http://www.voanews.com/english/US-Elections-2008.cfm>

## Vídeos

**ExpertVoter.org: Guia de Vídeos de Candidatos à Eleição Presidencial de 2008**

<http://www.expertvoter.org/>

**PrezVid: campanha de 2008 no YouTube**

<http://www.prezvid.com/>

**RealClearPolitics Vlog — vídeos sobre as eleições 2008 do YouTube e de outras fontes**

[http://www.realclearpolitics.com/video\\_log/](http://www.realclearpolitics.com/video_log/)

**Rede da Campanha — Da C-SPAN e da Congressional Quarterly**

<http://www.campaignnetwork.org/>

**The Living Room Candidate: comerciais de campanhas presidenciais, 1952-2004**

<http://livingroomcandidate.movingimage.us/>

**Vídeos da RealClearPolitics — vídeos das principais fontes jornalísticas**

[http://video.realclearpolitics.com/video\\_vault/](http://video.realclearpolitics.com/video_vault/)

**You Choose '08**

<http://www.youtube.com/youchoose>

## Candidatos

**Presidência 2008 — do site Politics1.com**

<http://www.politics1.com/p2008.htm>

**Religião e Política 2008**

<http://pewforum.org/religion08/>

**The Presidential Field: cobertura completa dos candidatos de 2008**

<http://projects.washingtonpost.com/2008-presidential-candidates/>

## Voto dos jovens

**CIRCLE: Centro de Informação e Pesquisa sobre Aprendizagem e Engajamento Cívico**

<http://www.civicyouth.org/>

**Engajamento da geração jovem**

<http://www.generationengage.org/>

**Faço 18 em 08 — Documentário e blogue sobre o voto dos jovens**

<http://im18in08.blogspot.com/>

**Posso votar?**

<http://www.canivote.org/>

## Pesquisas de opinião

**Centro de Pesquisa Pew para a População e a Imprensa**

<http://people-press.org/>

**Instituto de Pesquisa Gallup**

<http://www.galluppoll.com/>

**Instituto de Pesquisa Harris**  
[http://www.harrisinteractive.com/harris\\_poll/](http://www.harrisinteractive.com/harris_poll/)

**Links de pesquisa**  
<http://felix.iupui.edu/Links.htm>

**Pesquisas da CBS News**  
<http://www.cbsnews.com/sections/opinion/polls/main500160.shtml>

**Pesquisas da RealClearPolitics**  
<http://www.realclearpolitics.com/polls/>

**Pesquisas do Los Angeles Times**  
<http://www.latimes.com/news/custom/timespoll/>

**PollingReport.com**  
<http://www.pollingreport.com/>

**Zogby International**  
<http://www.zogby.com/>

### **Blogues da grande imprensa sobre eleições**

**ABC News: The Note**  
<http://abcnews.go.com/Politics/>

**CBS News: Politics**  
<http://www.cbsnews.com/sections/politics/main250.shtml>

**CNN: The Situation Room**  
<http://www.cnn.com/CNN/Programs/situation.room/blog/>

**Fox News: Update '08**  
<http://www.update08.foxnews.com/>

**MSNBC News: First Read**  
<http://firstread.msnbc.msn.com/>

**National Journal: The Hotline**  
<http://hotlineblog.nationaljournal.com/>

**New York Times: The Caucus**  
<http://thecaucus.blogs.nytimes.com/>

**Washington Post: The Fix**  
<http://blog.washingtonpost.com/thefix/>

### **Financiamento de campanhas**

**Comissão Eleitoral Federal: Lei de Financiamento de Campanhas**  
<http://www.fec.gov/law/fecalfeca.shtml>

**Disputa pela Casa Branca: recursos para se tornar presidente**  
<http://opensecrets.org/pres08/index.asp>

**Escritório do Secretário-Geral, Câmara dos Deputados: Relatórios de Campanhas Eleitorais Federais**  
*Relatórios Financeiros de Campanhas Eleitorais Federais*

**Instituto de Estudos sobre Financiamento de Campanha**  
<http://www.cfinst.org/>

**Projeto Vote com Inteligência: Financiamento de Campanhas**  
[http://www.vote-smart.org/official\\_five\\_categories.php?dist=finance.php](http://www.vote-smart.org/official_five_categories.php?dist=finance.php)

### **Recursos sobre Direito Eleitoral**

**Centro de Assessoria Jurídica em Campanhas Eleitorais**  
<http://www.campaignlegalcenter.org/>

**Comissão de Reforma Eleitoral Federal**  
<http://www.american.edu/ialcfer/>

**Comissão Eleitoral Federal: Leis sobre Administração e Aplicação das Leis de Financiamento de Campanhas Federais**  
<http://www.fec.gov/index.shtml>

**Departamento de Justiça dos EUA, Divisão de Direitos Cívicos, Seção de Votação: Perguntas Frequentes**  
<http://www.usdoj.gov/crt/voting/misc/faq.htm>

**Disposições constitucionais dos EUA**  
<http://www.eac.gov/clearinghouse/u-s-federal-election-system>  
(Clique em "Disposições Constitucionais")

**Election Law @ Moritz (Faculdade de Direito)**  
<http://moritzlaw.osu.edu/electionlaw/>

**Lei do Direito ao Voto**  
<http://www.ourdocuments.gov/doc.php?flash=true&doc=100>

**Lei para Auxiliar os Americanos a Votar de 2002**  
<http://www.fec.gov/hava/hava.htm>

## Colégio Eleitoral

Arquivos Nacionais dos EUA: Colégio Eleitoral dos EUA  
<http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/>

Arquivos Nacionais dos EUA: Programa de Cálculo do Colégio Eleitoral  
<http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/calculator.html>

Biblioteca do Congresso: Quem Realmente Elege o Presidente?  
<http://www.loc.gov/wiseguide/oct04/election.html>

## Tecnologia do voto

Associação Nacional de Diretores de Eleições Estaduais  
<http://www.nased.org/membership.htm>

Como funciona o voto eletrônico  
<http://people.howstuffworks.com/e-voting.htm>

Projeto de Informações sobre Reforma Eleitoral  
<http://www.electionline.org>

Projeto de Tecnologia do Voto Caltech-MIT  
<http://www.vote.caltech.edu/>

Sites das secretarias de estado e/ou dos diretores de eleições  
<http://fvap.gov/links/statelinks.html>

Voto: O Mecanismo da Democracia  
<http://americanhistory.si.edu/votel/>

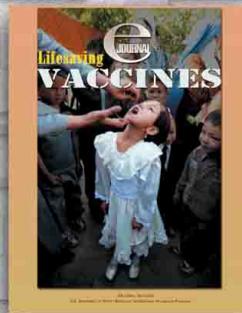
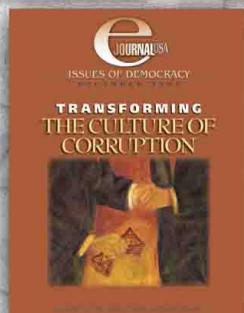
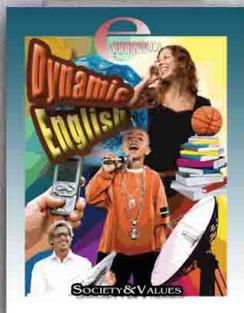
---

*O Departamento de Estado dos EUA não assume responsabilidade pelo conteúdo e disponibilidade dos recursos relacionados acima. Todos os links da internet estavam ativos em outubro de 2007.*





**UMA REVISTA MENSAL  
DO DEPARTAMENTO  
DE ESTADO COM  
INFORMAÇÕES  
COMPLETAS SOBRE  
OS ESTADOS UNIDOS  
EM DIVERSOS IDIOMAS**



**VEJA A RELAÇÃO COMPLETA DOS TÍTULOS EM**  
**<http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa.html>**