



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA**

GRACIANO GARCIA MARQUES NETO

AMBIVALÊNCIA E VOTO NO BRASIL

Goiânia

2026



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação Tese Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

Graciano Garcia Marques Neto

3. Título do trabalho

Ambivalência e voto no Brasil

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);
 - b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.
- O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Pedro Santos Mundim, Professor do Magistério Superior**, em 06/07/2023, às 13:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Graciano Garcia Marques Neto, Usuário Externo**, em 11/07/2023, às 22:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3857021** e o código CRC **F447B18C**.

Graciano Garcia Marques Neto

AMBIVALÊNCIA E VOTO NO BRASIL

Dissertação de mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, da Faculdade de Ciências Sociais, da Universidade Federal de Goiás – PPGCP/UFG como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Área de concentração: Estudos Políticos Contemporâneos

Orientador: Prof. Dr. Pedro Santos Mundim

Goiânia

2026

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Marques Neto, Graciano Garcia
Ambivalência e Voto no Brasil [manuscrito] / Graciano Garcia Marques
Neto. - 2026.
LXVI, 66 f.: 2026

Orientador: Prof. Dr. Pedro Santos Mundim
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de
Ciências Sociais (FCS), Programa de Pós-Graduação em Ciência Política e
Relações Internacionais, Goiânia, 2026.

Bibliografia.
Inclui: siglas, tabelas, lista de tabelas.

1. Ambivalência. 2. Comportamento. 3. Voto.

I. Mundim, Pedro Santos, orient. II. Título.

CDU 32



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata nº 1 da sessão de Defesa de Dissertação de Graciano Garcia Marques Neto, que confere o título de Mestre em Ciência Política, na área de concentração em Estudos Políticos Contemporâneos.

Ao/s vinte e cinco dias de abril de 2023, a partir da(s) 15h, por videoconferência, realizou-se a sessão pública de Defesa de Dissertação intitulada “Ambivalência e voto no Brasil”. Os trabalhos foram instalados pelo Orientador, Professor Doutor Pedro Santos Mundim (FCS/UFG) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Professora Doutora Carolina Botelho Marinho da Cunha Hecksher (Instituto de Estudos Avançados – USP), membro titular externo, cuja participação ocorreu através de videoconferência, e Professor Doutor Joao Gabriel Nunes Modesto (Universidade Estadual de Goiás – UEG), membro titular externo, cuja participação ocorreu através de videoconferência. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Dissertação, tendo sido o candidato aprovado pelos seus membros. Proclamados os resultados pelo Professor Doutor Pedro Santos Mundim, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, ao(s) vinte e cinco dias de abril de 2023.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Pedro Santos Mundim, Professor do Magistério Superior**, em 25/04/2023, às 16:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **João Gabriel Nunes Modesto, Usuário Externo**, em 25/04/2023, às 22:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Carolina Botelho Marinho da Cunha Hecksher, Usuário Externo**, em 26/04/2023, às 11:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3698534** e o código CRC **CB6C017E**.

AGRADECIMENTOS

À UFG e ao PPGCP, pela oportunidade e pelo ensino gratuito de qualidade.

Ao meu orientador Pedro Mundim por me apresentar tanta coisa nova e pela paciência de Jó.

À “Kombi do Pedro” nas estradas do “Goiás profundo”; composta pelo motorista, eu, Cíntia e, em especial, a Luana, que fazia os demais sorrirem a partir das histórias mais espontâneas.

A Helton Gomes Chaves, cuja dissertação será sempre uma lacuna nas prateleiras do Programa e cuja memória será sempre uma lacuna no coração de quem o conheceu.

A todos os professores e a todas as professoras que me ensinaram e me guiaram ao longo do curso, me ajudando a dar sentido ao meu universo de pesquisa.

A João Gabriel Modesto e Carolina Botelho Marinho da Cunha Hecksher pela disposição em avaliar e analisar este trabalho.

À minha mãe e meus avós que sempre me ajudam, cada um da sua maneira, me apoiando, me incentivando, me ouvindo.

Aos meus amigos Diogo, Pedro e Michel.

Ao meu falecido cão Tom, por ter sido minha fonte de alegria por bons anos.

Vítima do Dualismo

*Ser miserável dentre os miseráveis
– Carrego em minhas células sombrias
Antagonismos irreconciliáveis
E as mais opostas idiossincrasias!*

*Muito mais cedo do que o imagináveis
Eis-vos, minha alma, enfim, dada às bravias
Cóleras dos dualismos implacáveis
E à gula negra das antinomias!*

*Psiquê biforme, O Céu e o Inferno absorvo...
Criação a um tempo escura e cor-de-rosa,
Feita dos mais variáveis elementos,*

*Ceva-se em minha carne, como um corvo,
A simultaneidade ultramonstruosa
De todos os contrastes famulentos!*

Augusto dos Anjos¹

¹ Extraído do livro "Eu", publicado pelo autor em 1912 e disponível na coletânea "Obra completa", organizada por Alexei Bueno (Editora Nova Aguilar, 1994)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 O QUE É AMBIVALÊNCIA E POR QUE IMPORTA I.....	17
2.1 O que é ambivalência, afinal?.....	17
2.2 Um breve panorama acadêmico da ambivalência na Ciência Política	19
2.3 Por que precisamos falar sobre ambivalência I: opinião pública e políticas públicas	22
3 AMBIVALÊNCIA E TOMADA DE DECISÃO	24
3.1 Ignorância racional, avareza cognitiva e ambivalência	24
3.2 Por que precisamos falar sobre ambivalência II: a tomada de decisão do voto	28
4 MÍDIA E AMBIVALÊNCIA.....	32
4.1 TV a cabo.....	33
4.2 Novas Mídias	36
4.3 Por que a ambivalência importa III: repercussões da evolução da mídia para a democracia	38
5 OS AMBIVALENTES DAS ELEIÇÕES DE 2018.....	42
5.1 Hipóteses.....	43
5.2 Descrição das variáveis.....	44
5.2.1 Variáveis dependentes	44
5.2.2 Variáveis independentes	46
5.3 Resultados: quem são eles	47
6 AMBIVALÊNCIA E VOTO	52
6.1 Hipóteses.....	52
6.3 Resultado – por que a ambivalência importa: eleição presidencial de 2018	53
6.4 Síntese: identidade política e voto	56
7 CONCLUSÃO	59

RESUMO

A ambivalência pode ser entendida como a presença de avaliações conflitivas ou inconsistentes acerca das crenças que um indivíduo mantém sobre um objeto ou pessoa. Pode ser vista, também, como problema de conciliação de múltiplos valores, crenças e princípios simultaneamente presentes na cultura política. Este trabalho fez uma síntese do conceito a partir da literatura contemporânea sobre o tema. A partir disso, apontaram-se também os principais achados científicos e sociais desse fenômeno, com destaque para políticas públicas, tomada de decisão do cidadão e efeitos para democracia contemporânea relacionados ao ambiente midiático. Os objetivos deste trabalho foram identificar quem são os cidadãos ambivalentes em relação a candidatos presidenciais e se de fato a ambivalência interfere na tomada de decisão eleitoral. Como variáveis independentes para a ocorrência da ambivalência investigou-se a atuação do consumo de mídia e da identidade política, bem como as variáveis sociodemográficas. Como objetivo teórico, buscou-se promover uma ponte entre Psicologia Social e Ciência Política. A metodologia é quantitativa, e o constructo foi mensurado a partir da fórmula de Griffin. Os dados foram retirados da do Estudo Eleitoral Brasileiro. A partir do uso de regressão linear, chegou-se ao seguinte perfil dos ambivalentes no país: mais jovens, menos escolarizados, beneficiários de programas governamentais, logo, mais pobres, e consomem mais notícias sobre política por veículos tradicionais que pelas novas mídias. Sobre o efeito da ambivalência sobre o voto; ela reduziu as chances de voto em Bolsonaro e reduziu o efeito de variáveis ligadas à identidade política sobre o voto.

Palavras-chave: Ambivalência; Comportamento; Voto.

ABSTRACT

Ambivalence can be understood as the presence of conflicting or inconsistent evaluations about the beliefs that an individual holds about an object or person. It can also be seen as a problem of reconciling multiple values, beliefs and principles simultaneously present in political culture. This work makes a synthesis of the concept from the contemporary literature on the subject. From this, the main scientific and social findings of this phenomenon are also pointed out, with emphasis on public policies, citizen decision-making and effects for contemporary democracy related to the media environment. The objectives of this work are to identify who are ambivalent citizens in relation to presidential candidates and if, in fact, ambivalence interferes in electoral decision-making. As independent variables for the occurrence of ambivalence, he investigated the performance of media consumption and political identity, as well as sociodemographic variables. As a theoretical objective, it is intended to promote a bridge between Social Psychology and Political Science. The methodology is quantitative, and the construct was measured using Griffin's formula. Data were taken from the Brazilian Electoral Study. From the use of linear regression, the following profile of the ambivalent in the country was reached: younger, less educated, beneficiaries of government programs, therefore, poorer, and consume more news about politics by traditional vehicles than by new media . On the effect of ambivalence on voting; it reduced the chances of voting for Bolsonaro and reduced the effect of variables linked to political identity on the vote.

Keywords: Ambivalence; Behaviour; Vote.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CSES	Comparative Study of Electoral Systems Project
ESEB	Estudo Eleitoral Brasileiro
MDB	Movimento Democrático Brasileiro
PBF	Programa Bolsa Família
PT	Partido dos Trabalhadores
SECOM	Secretaria de Comunicação do Governo Federal

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estatísticas descritivas: índices de ambivalência.....	43
Tabela 2: Determinantes da ambivalência no Brasil.....	44
Tabela 3: O impacto da ambivalência sobre o voto em Bolsonaro em 2018.....	50
Tabela 4: Efeito da interação da ambivalência sobre variáveis de identidade política atitudinais.....	54

1 INTRODUÇÃO

Em qualquer área do conhecimento humano, é raro encontrar temas que sejam totalmente passíveis de consenso. No campo do debate público, principalmente envolvendo discussões políticas, essa é uma verdade especialmente importante. Pode-se contestar, obviamente, alegando que isso se dê em função da própria complexidade do tema em discussão. No entanto, quando o que se está debatendo leva as pessoas envolvidas a se sentirem em conflito emocional ou entrarem em aparente contradição quanto a seu posicionamento, é provável que se esteja falando de ambivalência.

De acordo com o Dicionário Michaelis de Língua Portuguesa (2021), “ambivalência” é a “Qualidade ou condição do que é ambivalente ou do que apresenta simultaneamente valores antagônicos”; enquanto no Dicionário Houaiss como “estado, condição ou caráter do que é ambivalente, do que apresenta dois componentes ou valores de sentidos opostos ou não”. (MICHAELIS, 2023; HOUAISS, 2023). Autores acadêmicos não costumam se distanciar muito dessa concepção, pois ela costuma ser apresentada como a presença de avaliações conflitivas ou inconsistentes acerca das crenças que um indivíduo mantém sobre um objeto ou pessoa (ALVAREZ; BREHM, 1997; REICH; CHRISTIAN WHEELER, 2016a) ou, numa dimensão afetiva, como crenças e sentimentos conflitantes (BASINGER; LAVINE, 2005). O que é comum da conceituação da ambivalência é justamente a noção de conflito. Este acaba sendo fundamental quanto à tomada de decisão e comportamento – inclusive políticos –, pois gera uma instabilidade no indivíduo que tende a levá-lo a buscar mais recursos informacionais ou cognitivos e lidar com as situações de um modo mais reflexivo.

Tudo isso gerou as seguintes perguntas motivadoras para este trabalho, quem são os indivíduos ambivalentes no Brasil em relação a candidatos presidenciais? No contexto brasileiro, de fato a ambivalência interfere na tomada de decisão eleitoral? . Buscou-se responder essas perguntas a partir dos dados do Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB) de 2018, utilizando-se dos dados relativos à disputa presidencial daquele ano. De modo geral, como forma de demonstrar a relevância desse conceito para o âmbito de estudos em opinião pública e comportamento no país, tratou-se destes temas proeminentes no debate público: voto, democracia e políticas públicas.

O primeiro tema, e que será abordado empiricamente no último capítulo desta dissertação, é relativo ao campo eleitoral, a ambivalência entre candidatos. Investigou-se na população brasileira a ocorrência de preferências por candidatos de correntes ideológicas conflitantes.

Lavine, Johnson e Steenbergen (2012) já nos apontaram, empiricamente, que um indivíduo ambivalente do ponto-de-vista partidário retarda sua escolha e está muito mais inclinado a buscar e dar atenção a estímulos fora do enquadramento de seu partido ou ideologia que um univalente (que não experiencia esse conflito subjetivo), o qual se restringe aos estímulos partidários e ideológicos de sua identidade. No caso dos primeiros, então, eles estarão muito mais propensos a votarem para candidatos de diferentes partidos em eleições. Desse modo, o estudo da ambivalência repercute em áreas como tomada de decisão, campanhas eleitorais e também permite avaliar a qualidade de uma democracia, uma vez que esse conflito favorece a competitividade, que é apontada por Dahl (1997) como fundamental para o funcionamento de uma democracia moderna.

A ambivalência, todavia, não é uma espécie de faculdade particular de uma parcela de pessoas dentro de uma sociedade em seu processo de tomada de decisão política, a compensar vieses grupais ou identitários da outra parcela dos cidadãos. O conflito² da ambivalência, como apontam Lavine *et al.* (2012), é contingente ao ambiente, isto é, ela depende que informações de valências opostas (favoráveis ou desfavoráveis a um político, partido ou posição em um dado tema) alcancem o cidadão. A título de exemplo, uma das principais ocorrências da ambivalência partidária apontada ocorre quando há informações negativas quanto ao partido de preferência do indivíduo, como quando o noticiário traz escândalos da situação ou maus indicadores sociais e econômicos, segundo Lavine *et al.* (2012). Em tal caso, vê-se o conflito entre identificação partidária e fatos quanto à retidão da gestão pública ou ao desempenho da gestão político-econômica.

No entanto, desde a difusão da TV a cabo até o momento atual, com forte presença de mídias sociais e seus algoritmos, o ambiente de mídia evoluiu de tal maneira que a exposição a informações que estão em divergências a suas preferências tem se tornado cada vez mais rara – dificultando a ocorrência desse afeto de conflito da ambivalência (assunto a ser tratado no Capítulo 4).

Outra variável considerada foi a identidade política. Esta é vista aqui como um vínculo de pertencimento a algum grupo de pensamento que se vincula a alguma ideologia, partido ou cãndida e mesmo à rejeição de qualquer um desses três entes. Por ser cara ao indivíduo, atua como filtro perceptivo a partir do qual ele interpreta a realidade. Além disso, ele tem poucos incentivos a abandoná-la com facilidade, seja por motivações cognitivas, sociais ou emocionais (a ser tratado nos capítulos 3 e 4). Assim, a depender do tema em discussão, as identidades

² A natureza da ambivalência será trabalhada adiante.

políticas podem interferir na ocorrência da ambivalência. Além disso, a presença de um conflito como esse, pode ser indicador de uma atitude menos cristalizada quanto às próprias disposições ideológicas, havendo ainda margem para persuasão ou convencimento por atores políticos em uma contenda.

Um objetivo teórico deste trabalho é promover uma intersecção entre diferentes campos de estudos, no caso, entre a Psicologia Social e a Ciência Política. Por conseguinte, a formulação das hipóteses se ancora em autores dessas origens, bem como a interpretação dos dados e a discussão. No campo da Psicologia Social, recorre-se a autores do paradigma da Cognição Social, notadamente Susan Fiske e Shelley E. Taylor; da Ciência Política, ao paradigma da Escolha Racional, destacadamente, Anthony Downs; por último, a autores que já há algum tempo promovem uma ponte entre as duas áreas, Howard G. Lavine, Christopher D. Johnston e Marco R. Steenbergen, da Psicologia Política.

O paradigma da Cognição Social situa-se dentro da Psicologia Social. Distingue-se dos demais modelos teóricos desse campo por seu amplo emprego do arcabouço teórico e conceitual da Psicologia Cognitiva (FISKE; TAYLOR, 2017). Em razão dessa proximidade, também apresenta interfaces com a Neuroeconomia e a Economia Comportamental. São disciplinas praticamente irmãs que se voltam para explicar a tomada de decisão considerando os modelos tradicionais de tomada de decisão da Economia, mas os ajustando a partir de pesquisas empíricas em neurociências e ciências sociais. Como legado, trouxeram conceitos importantes para interpretação dos fenômenos sociais, como aversão ao risco, que se refere à maior sensibilidade das pessoas a perdas que a possíveis ganhos ao tomarem decisões em condições de incerteza (KAHNEMAN; SLOVIC; TVERSKY, 1982; KAHNEMAN; TVERSKY, 1984).

Anthony Downs, por sua vez, é o criador do paradigma da Escolha Racional dentro da Ciência Política. O autor, em 1957 publicou a obra *Uma Teoria Econômica para a Democracia*. Nela o autor apresentou um modelo explicativo, a partir de parâmetros pré-definidos de uma democracia, do comportamento de seus diferentes atores políticos, com base no arcabouço conceitual dos modelos clássicos de tomada de decisão da Economia. Esses atores, sejam políticos ou eleitores, buscam a maximização da utilidade ao tomarem suas decisões a partir de seu interesse, considerando as probabilidades de cada opção e o custo de se informarem. Trata-se da principal matriz dos modelos tradicionais de explicação do comportamento político, haja vista que foi o que melhor apresentou poder explicativo. Atualmente, seus críticos partem de variáveis como emoções e motivações para indicar possíveis inconsistências do modelo.

Já Howard G. Lavine, Christopher D. Johnston e Marco R. Steenbergen são autores associados à Psicologia Política que escreveram uma série de trabalhos entre si cujo tema mais

recorrente foi Ambivalência. Em 2012, compilaram esses trabalhos na obra *Ambivalent Partisan: How Critical Loyalty Promotes Democracy*³ e apresentaram um modelo de funcionamento do eleitor ambivalente, mesmo partidário, com base em princípios de funcionamento (Capítulo 3) e na diferenciação desse eleitor para o eleitor univalente (que não apresenta esse conflito), bem como a relevância desse fenômeno para a democracia.

Sendo assim, esta dissertação se divide em duas partes: uma teórica, do capítulo 1 ao 4; e outra empírica, demais capítulos. No primeiro capítulo buscou-se sintetizar o conceito de ambivalência a partir daqueles conceitos já trabalhados, assim como apresentar o estado da arte do que se produziu sobre o tema em Ciência Política. Em função justamente desse estado da arte, insiro uma das temáticas já tradicionalmente trabalhada nessa área, ambivalência em relação ao papel do Estado, relativo a políticas de Bem-Estar Social.

No terceiro capítulo, buscou-se apresentar um modelo de indivíduo sob a perspectiva da busca de informação, o processamento desta e a relevância da ambivalência para esses dois processos. No quarto capítulo, trata-se da evolução do ambiente de mídia, em como suas mudanças tenderam a interferir ou não na ocorrência da ambivalência, bem como os efeitos dessa evolução para democracia. No quinto, primeiro empírico, é relativa às análises estatísticas e conclusões teóricas a partir do ESEB 2018, buscando-se encontrar um perfil do cidadão ambivalente no Brasil, a partir de condições objetivas tratadas direta ou indiretamente na parte teórica.

O sexto capítulo inverte a função da variável da ambivalência. Esta deixa de ser uma variável dependente e passar a ser uma variável explicativa, em virtude da pergunta que se busca responder: a ambivalência interfere na tomada de decisão eleitoral? Novamente, tal pergunta foi respondida a partir de análises estatística dos dados do ESEB 2018 relativos à disputa pela Presidência da República daquele ano. O capítulo final e de conclusão busca extrair dos achados dessas duas últimas questões contribuições para o debate público do país acerca da relação da ambivalência com temas variados como ambiente de mídia, tomada de decisão e qualidade da democracia. Além disso, também se avalia se a tentativa de trabalhar com a intersecção de modelos teóricos da Ciência Política, Psicologia Política e Psicologia Social foi bem-sucedida.

³ Sem tradução para o português até o momento.

2 O QUE É AMBIVALÊNCIA E POR QUE IMPORTA I

2.1 O que é ambivalência, afinal?

"The definition of ambivalence is watching your mother-in-law drive over a cliff in your new Cadillac." David Mamet⁴

Morfologicamente, “ambivalência” é uma palavra formada por derivação, envolvendo o radical “valência”, que indica sentido ou direção, juntamente com o pseudoprefixo “ambi”, que indica dois. Sendo assim, é um substantivo que necessita de complemento, isto é, ambivalência entre o quê? Quem define isso é o contexto.

No contexto da Ciência Política, Hochschild (1981, p.239) preferiu partir de um conceito minimalista: “Eu uso ambivalência como um termo genérico para indicar uma ampla gama de pontos de vista”, associando-a a uma série de sinônimos genéricos como inconsistência e confusão. Zaller e Feldman (1992, p.585) seguiram a mesma estratégia quanto à conceituação: “A maioria das pessoas possui considerações opostas na maioria das questões, ou seja, considerações que podem levá-las a decidir a questão de qualquer maneira”. Vê-se no último caso certa ênfase voltada a crenças ou pensamentos. Lavine (2001) consegue fazer uma síntese ao considerar a ambivalência como a coexistência de avaliações negativas e positivas sobre um dado objeto. Todavia, é possível acrescentar uma dimensão subjetiva ao conceito, como fizeram Priester e Petty (1996) ao tratarem a ambivalência também como sentimentos desconfortáveis e conflitantes acerca da avaliação de um dado objeto. Ainda assim, a ambivalência não se limita a essas duas dimensões, uma vez que também engloba a dimensão social e subjetiva de atitude concomitantemente, considerando que também aponta para fortes e simultâneos conflitos dessa natureza (CACIOPPO; BERNTSON, 1994).

De modo geral, percebe-se pouco conflito conceitual entre as noções da ambivalência. Elas tendem a ser complementares entre si, a tal ponto que, a princípio, podem ser condensadas da seguinte maneira: um conflito individual envolvendo crenças, pensamentos, sentimentos ou atitudes acerca de um dado objeto. Dessa síntese é válido ressaltar dois aspectos. Primeiro, a multidimensionalidade do conceito, isto é, não se trata apenas de avaliações em conflitos, mas, em muitos casos, crenças, pensamentos e afetos em conflitos. Em razão disso, efeitos metodológicos já são notados. Instrumentos do tipo survey ou entrevista não precisam se ater a apenas descrever ou ratificar uma dada opinião contraditória sobre construto em questão, podendo

⁴ “A definição de ambivalência é assistir à sua sogra dirigir seu novo Cadillac à beira de um penhasco ”

também inquirir sobre como os participantes se sentem acerca de uma temática ou pessoa. A título de exemplo, pesquisadores podem questionar sobre qual sentimento o participante tem sobre um assunto ou um candidato à Presidência. Assim, é possível que os investigadores tenham uma apreensão mais coerente da incidência da ambivalência, haja vista que não mais se restringirão a aparentes contradições opinativas, envolvendo também uma dimensão afetiva ou atitudinal.

O segundo aspecto, o qual é nevrálgico para o conceito, é o conflito – e este rima com desconforto. Esse aspecto produz uma importante observação a qualquer pesquisador do tema: se não existe nenhum grau de desprazer ou instabilidade quando uma pessoa é questionada e não é clara quanto ao que foi perguntada sobre um dado objeto, então é um caso de neutralidade ou indiferença, não de ambivalência (KIM *et al.*, 2013). Todavia, além dessa observação, a natureza conflitiva da ambivalência remete a um questionamento importante: seria a ambivalência um afeto⁵?

Afetos englobam tanto emoções quanto sentimentos. A palavra emoção, no caso, advém do idioma francês *émotion*, cujo sentido é perturbação. Portanto, pelo crivo etimológico, não é absurdo considerar a ambivalência uma emoção. Já pelo crivo da psicologia clínica, Eugen Bleuler (1911) considerou-a como afetos contraditórios vivenciados intensamente ao mesmo tempo, uma “desarmonia profunda das vivências psíquicas”. Na Antropologia, Donald E. Brown (1991) é categórico ao defender que a ambivalência é uma emoção universal⁶. Na mesma seara, Christopher Boehm (1989) lança luz sobre essa universalidade da ambivalência ao defender que se trata da manifestação de tendências humanas em conflito⁷.

Por conseguinte, os pensadores das Ciências Sociais ligados à Ciência Política que melhor apreenderam e conceituaram a ambivalência são Priester e Petty. Segundo eles, ambivalência é uma desconfortável emoção de conflito frequentemente associado à realização de uma avaliação mista (PRIESTER; PETTY, 1996). Essa visão da ambivalência como um afeto desconfortável que a pessoa sente em relação a como ela se posiciona não é trivial. Primeiramente, permite a proximidade desse conceito com outro conceito caro para Psicologia Social, dissonância cognitiva, bem como o uso por empréstimo de modelos desse conceito. A dissonância cognitiva, de Festinger (1962), remete à inconsistência entre cognição e comportamento

⁵ Não existe consenso em Psicologia quanto ao conceito de emoções e sentimentos. Em geral, emoções remetem a reações espontâneas a eventos imediatos; enquanto afetos, a uma maior elaboração, envolvendo representações mentais. A fim de se evitar qualquer celeuma conceitual desnecessária, optou-se por “afetos”, que engloba a ambos.

⁶ Emoções universais são aquelas que ocorrem em diversas sociedades humanas, independentemente das diferenças culturais.

⁷ Esse aspecto será relevante a seguir, no Capítulo IV.

(LAVINE; LATANK, 1996; JONAS; BROEMER; DIEHL, 2000)⁸. Segundo a Teoria da Dissonância de Festinger (1962), a experiência aversiva desse conceito seria eliminada pela própria eliminação dessa inconsistência⁹. Além da utilização desse modelo teórico, a noção de ambivalência como um afeto conflitante dá ao tema a sua devida relevância e atenção dentro das Ciências Sociais, uma vez que a literatura de diversas disciplinas sobre emoções e sentimentos aponta o papel chave deles no processo de tomada de decisão do cidadão, bem como para o comportamento em contexto social de modo geral (MARCUS; NEUMAN; MACKUEN, 2000; FISKE; TAYLOR, 2017). Seguindo essa tendência, Lavine *et al* (2012) nos apontam que a ambivalência tende a levar o indivíduo a reduzir o efeito de variáveis partidárias e ideológicas no processo de escolha eleitoral.

Desse modo, uma síntese da literatura acerca do conceito de ambivalência, a partir de diferentes ciências, é: trata-se de um afeto universal de desconforto produzido por crenças, emoções ou avaliações em conflito acerca de um dado tema ou pessoa. Assim, por se tratar de crenças dotadas de carga afetiva pró ou contra um dado objeto (RODRIGUES; ASSMAR; JABLONSKI, 2022), a noção de atitudes se mostra proveitosa. Ela permite uma conceituação mais sintética da ambivalência, sendo essa última: atitudes em conflito acerca de um determinado tema ou pessoa.

2.2 Um breve panorama acadêmico da ambivalência na Ciência Política

Embora não seja um dos temas que impulsionaram a formação da Ciência Política, na Psicologia, Sigmund Freud, ainda no século XIX, já havia tratado da ambivalência na relação entre o menino e seu pai. Ao mesmo tempo que o último era tido como fonte de proteção e afeto por essa criança, ela também o via como a causa do impedimento para a consumação de seus desejos e, conseqüentemente, como um objeto de temor (SMELSER, 1997). Vê-se, assim, um conflito emocional e representativo do menino com relação a uma figura importante de seu desenvolvimento. Na sociologia, Zygmunt Bauman defendia que a vida das pessoas é marcada pelo eterno dilema entre liberdade e segurança; quanto mais liberdade possuídos, menos segurança temos e vice-versa; portanto, liberdade e segurança são grandezas ambivalentes (BAZZANELLA, 2012).

⁸ Como se vê, o conceito de ambivalência é mais amplo que de dissonância cognitiva, uma vez que não depende do comportamento e envolve diferentes dimensões, como atitudinal.

⁹ Quando o assunto mídia for tratado, esse modelo será mencionado.

Na Ciência Política, a partir dos trabalhos de Free e Cantril (1968), tornou-se lugar-comum ver o cidadão americano mediano como um “esquizoide¹⁰”, pois ele apresentava uma “esquizoide combinação de liberalismo operacional com conservadorismo ideológico” (FREE ;CANTRIL, 1968, p.37), ao se referir a discussões que envolviam temas como políticas de Bem-Estar Social e trabalho justo. Na década seguinte, Lipset (1967) díndiceu o psicologismo¹¹ de lado e lançou um novo olhar mais voltado para o contexto cultural acerca dessa aparente contradição. Para ele, esse aparente absurdo era resultado de um conflito interno da cultura política americana, precisamente, um choque entre os valores do empreendedorismo e da igualdade; ou, como argumentaram depois McCloskey e Zaller (1984), um conflito entre valores ligados à democracia e ao capitalismo. Ainda assim, isso não foi suficiente para combater esse lugar-comum nos meios acadêmicos de que os estadunidenses padeciam de uma inocência ideológica. Graças a um trabalho seminal de Zaller e Feldman (1992), tal pensamento perdeu espaço e essa interpretação inaugurada por Lipset, remetendo ao ambiente informacional e social no qual os indivíduos se inserem, ganhou robustez na literatura. Esses autores passaram a ver o fenômeno da ambivalência como um problema de conciliação de valores e princípios morais e culturais acerca da avaliação dos cidadãos, no caso, daquilo que se refere a políticas de Bem-Estar Social.

Esses estudiosos atuaram como pioneiros para novos trabalhos com autores mais contemporâneos que abordam temáticas mais diversas, mas que não deixaram, direta ou indiretamente, de beber da fonte dos primeiros autores mencionados. Hoje podemos encontrar relevantes artigos sobre ambivalência envolvendo lealdade partidária, temáticas sensíveis como aborto e voto, imigração, processamento cognitivo de mensagens de campanha, mídias sociais, atitudes em relação a assuntos políticos e, até mesmo, como a ambivalência pode ser usada como voto de minerva para distinção entre modelos de comportamento e tomada de decisão. (SHUFELDT, 2018; LAVINE, HOWARD, 2001; LAVINE, HOWARD; GSCHWEND, 2007; ALVAREZ; BREHM, 1995, FUSSELL, 2014; LAVINE, HOWARD; SNYDER, 1996; DAVIS, 2012 ;GAINOUS; CRAIG; MARTINEZ, [S.d.]; LAVINE, HOWARD *et al.*, 1998; LUTTRELL; PETTY; BRIÑOL, 2016; JOHNSTON; LAVINE; WOODSON, 2015).

“E no Brasil? Há ambivalência?”, perguntaria um leitor brasileiro. Considerando-a genericamente como uma opinião conflitiva, a resposta seria um óbvio ululante “sim”. Todavia,

¹⁰ Trata-se de um transtorno de personalidade caracterizado por comportamento pouco sociável e gostos atípicos culturalmente. Ao que tudo indica, os autores não usam o termo com rigor técnico, confundindo-o com “esquizofrênico”, que é um transtorno que apresenta pensamentos confusos e delírios, crenças equivocadas e fixas. Os autores se referem a essas últimas características.

¹¹ Expressão pejorativa ao se referir à tendência de atribuir diagnósticos psicológicos a casos cotidianos sem compromisso técnico.

se o contexto subentende trabalhos acadêmicos com temas envolvendo debates políticos, a obviedade não soa mais tão ululante e a resposta é não. Evidentemente, é sempre possível falar em ambivalência em quase qualquer contexto, mas no Brasil há um deserto de estudos sobre o tema. A título de exemplo, isso se demonstra por uma busca realizada no dia 20 de novembro de 2020 no Portal de Periódicos Capes envolvendo a tática de busca “‘ambivalência’ AND ‘opinião pública’”, na qual se encontraram apenas 14 dos artigos em Língua Portuguesa, dos quais a maioria sequer continha a palavra ambivalência no título – em muitos casos, nem nos resumos. Era apenas mais uma palavra presente no corpo do texto sem muito destaque.

Apesar disso, as exceções encontradas nesse levantamento trazem relevantes aspectos da sociedade brasileiro. Rennó (2014) realizou uma importante análise da dinâmica eleitoral de eleição presidencial de 2010 e a pertinência desse conceito de ambivalência para interpretar esse processo. Mundim *et al* (2019), por sua vez, investigavam a opinião pública com relação ao Programa Bolsa Família e seus beneficiários – grupos minoritários economicamente – e acabaram por notar uma importante presença da ambivalência na formação de opinião dos participantes. Formiga (2015) também investigou a opinião das pessoas em relação a grupos minoritários e se deparou com atitudes e crenças conflituosas dos participantes com relação a esse tema. É possível notar que Mundim *et al* (2019) e Formiga (2015) podem estabelecer um diálogo direto, embora o primeiro advenha da Ciência Política, e o segundo da Psicologia Social. Os trabalhos de ambos, ademais, também são passíveis de diálogo com a análise feita por Rennó (2014), uma vez que o partido analisado pelos últimos, o Partido dos Trabalhadores (PT), é muito vinculado ao Programa Bolsa Família e à defesa de grupos minoritários.

Recentemente, Pereira Filho e Vidigal (2023) investigaram a dinâmica do partidarismo no eleitorado brasileiro. Inevitavelmente, tiveram que recorrer ao conceito de ambivalência para lançar luz à questão, bem como mensurá-la. Ao fim, concluíram que os eleitores partidários no país, como forma de compensação psicológica (ou mecanismo de defesa), utilizavam-se da noção de “menor dos males” para justificar sua fidelidade partidária e que a ambivalência representava uma ferramenta importante para distensionar a hostilidade e a polarização políticas no país.

Percebe-se, portanto, que a escassez de estudos sobre ambivalência no Brasil, envolvendo Ciências Sociais, não se justifica por uma suposta irrelevância. Vê-se a influência desse fenômeno desde saúde pública, até processo eleitoral, passando por opinião pública, políticas públicas e tomada de decisão. À guisa do que fizeram Feldman e Zaller, estudos sobre ambivalência desnudam crenças e conflitos latentes no contexto político de uma sociedade. Logo, a

continuidade dessa ausência no Brasil pode representar uma carência acerca da estrutura do debate público do país.

2.3 Por que precisamos falar sobre ambivalência I¹²: opinião pública e políticas públicas

Como mencionado, o que ensejou o interesse dos acadêmicos em Ciência Política acerca da ambivalência adveio do seguinte achado da década de 60: ao mesmo tempo que uma ampla proporção da população estadunidense apoiava políticas federais ligadas à noção de Bem-Estar Social, um número similar de pessoas condenava grandes ações governamentais e defendia o individualismo econômico, constituindo assim uma aparente contradição (FELDMAN; ZALLER, 1992). Nas décadas seguintes a esse achado, nos EUA, viram-se eleitoralmente os efeitos dessa crença de que o Estado de Bem-Estar Social seria sinônimo de um “Estado inchado” a qual se tinha na época, dado que assim eram vistos os programas de auxílio que atendiam à parcela mais vulnerável da população, principalmente pelos mais conservadores. Estes, em geral, tendiam a ver que tais programas recompensavam a dependência e penalizavam a iniciativa (MUNDIM *et al*, 2019). O que veio a seguir foi a eleição de Ronald Reagan em 1980, um então candidato que expressamente se opunha a essa agenda (AUCLAIRE, 1984; COLLIER, 1991).

Esse resultado eleitoral, todavia, é uma consequência também de outro efeito mais sutil da ambivalência, a qual envolve a cultura política dos Estados Unidos. Nesse país, constatou-se que os liberais eram mais suscetíveis a esse conflito que os conservadores (FELDMAN; ZALLER, 1992). Seria errôneo atribuir esse resultado a diferenças intelectuais e individuais entre os grupos; na verdade, esse hiato é o resultado da ausência de hospitalidade ao Bem-Estar Social pela cultura política americana, marcada pelo individualismo (FELDMAN; ZALLER, 1992). Essa conclusão se corrobora pelas respostas abertas colhidas por Feldman e Zaller (1992), entre as quais se viam: “bem-estar social faz as pessoas dependentes” e “alguns são preguiçosos”¹³ (FELDMAN; ZALLER, 1992, p.300).

Feldman e Zaller concluíram que, em relação ao Bem-Estar Social, o arcabouço retórico ofertado pela cultura política dos EUA é menor. Isso significa que há menos argumentos pró Bem-Estar Social acessíveis circulando no cotidiano do cidadão médio enquanto há muitos

¹² Um segundo achado que demonstra a relevância de estudos sobre a ambivalência será apresentado no capítulo a seguir, por isso a numeração.

¹³ “Welfare make people dependent” and “some are lazy”

argumentos ligados ao individualismo circulando no dia a dia das pessoas. Os liberais tornam-se mais suscetíveis a apresentarem ambivalência, dado que convivem desde a infância com valores ligados a trabalho e que menosprezam beneficiários de políticas públicas. Ao mesmo tempo que convivem com tais argumentos de moral individualista, eles acreditam na necessidade de ações do Estado em prol de justiça social e equidade. Por isso, eles tendem a recorrer mais a argumentos de cunho pragmático e menos a valores moralistas ou culturais, diferentemente dos conservadores.

No Brasil, sugestivamente, conclusões e respostas semelhantes foram encontradas em um estudo que envolvia os beneficiários também de um programa de Bem-Estar Social, o Programa Bolsa Família (PBF). Acerca da visão que a população tinha sobre o Programa Bolsa Família (PBF), percebeu-se que “72% dos brasileiros consideravam que o programa trazia ‘mais boas coisas’ para o Brasil” e “65% concordaram que ele ‘ajuda a combater a pobreza’ no país”, enquanto que “para 82%, o PBF ‘inclui pessoas que não precisam’” (MUNDIM *et al.*, 2019). As semelhanças não se encerram nesses números. De acordo com os dados nacionais, para 67% da amostra, o PBF “faz as pessoas se acomodarem e não quererem mais trabalhar” (MUNDIM *et al.*, 2019). Essa afirmativa vai ao encontro da categoria “individualismo” do trabalho de Feldman e Zaller (1992).

Embora os casos apresentados versem sobre políticas públicas classificadas como de Bem-Estar Social, a conclusão principal não se limita a esse tema em si, mas também em como a ambivalência revela importantes traços dos valores do debate público de um país. Em estudos como esses, por exemplo, pode-se observar como tendências como essas podem tornar a vida de candidatos com essa agenda mais difícil em seu processo eleitoral e, caso eleitos, na execução de sua agenda programática.

3 AMBIVALÊNCIA E TOMADA DE DECISÃO

Este capítulo busca tratar de três elementos relevantes no contexto da formação da opinião política: Racionalidade Democrática, no que se refere ao consumo de informações pelos cidadãos, tomados como racionais; economia cognitiva, no que se refere ao modo de operar dos indivíduos quanto ao processamento da informação; e ambivalência, isto é, o papel desse conceito sobre os dois primeiros conceitos e sua relevância do ponto de vista político.

3.1 Ignorância racional, avareza cognitiva e ambivalência

*Eu me contradigo? Pois bem, então me contradigo.(sou vasto, contendo multidões)¹⁴
(WHITMAN, 1967)*

Se uma opinião, como defende Zaller (1992), é um casamento entre informação e predisposição, então torna-se imprescindível avaliar como se dá a relação das pessoas com a informação, seja no aspecto de busca e exposição, seja no aspecto de atenção e processamento; bem como isso pode afetar a ocorrência do fenômeno da ambivalência. Nesse sentido, certos autores são fundamentais para tal empreitada: Anthony Downs (1999), que versou sobre ignorância racional em seu modelo econômico da Democracia; Fiske e Taylor (2017), que sintetizaram o paradigma da Cognição Social; e Lavine *et al.* (2012), que, influenciado pelos dois modelos anteriores, lançou luz sobre o modo de operar dos cidadãos em condição de ambivalência, assim como a relevância desse afeto para a democracia.

Dado que um importante indicador da qualidade democrática é a alternância de poder, cidadãos capazes de mudar de opiniões ou mesmo confrontarem suas preferências acabam se tornando a pedra angular de um sistema democrático funcional, pois estão mais aptos a punir maus desempenhos governamentais ou legislativos e assim serem decisivos em uma disputa eleitoral, tanto por alterarem suas decisões durante as campanhas, tanto por se absterem de votar. Os cidadãos, todavia, têm seus prazeres e obrigações e, com certeza, se inteirar sobre política é algo daqueles que representam apenas uma parcela minoritária da sociedade, seja por questões profissionais, seja porque apresentam gostos atípicos, quase esquizóides¹⁵. Assim, como defende o modelo downsiano, para o cidadão mediano, ser bem-informado é algo

¹⁴ “Do I contradict myself?/ Very well, then I contradict myself/ (I am large, I contain multitudes)”

¹⁵ Padrão disfuncional de personalidade, caracterizado por baixa socialização e gostos fora da norma culturalmente esperada. Naturalmente, o termo não foi utilizado em sentido técnico. (BECK e DAVIS e FREEMAN, 2017)

irracional, dado que adquirir informações tem um custo, então nós cidadãos somente buscaremos informação se os benefícios forem maiores do que os custos. Desse modo, se um indivíduo se vê certo de uma decisão eleitoral, não faz sentido que ele busque mais informação para tomá-la.

A tese da ignorância racional downsiana encontra corroboração e, sobretudo, complemento em outras áreas, como no paradigma da Cognição Social, todavia a partir de uma dimensão mais cognitiva, relativa à análise e inferência de informações. Esse paradigma nos esclarece que as pessoas se comportam na maior parte do tempo como “avaros cognitivos” (*Cognitive Miser*¹⁶, no original), isto é, alguém que irá buscar gastar menos recursos de processamento cognitivo disponíveis sempre que possível (FISKE; TAYLOR, 2017). Uma vez que a tomada de decisão é limitada por tempo, conhecimento, custo da informação e poder computacional (KAHNEMAN, 2011). O próprio ambiente apresenta pressões por eficiência que reduzem o rigor da coleta de informações pelo indivíduo (FISKE; TAYLOR, 2017). Lavine *et al.* (2012) sintetizam esse aspecto do funcionamento do cidadão, essa busca por economia cognitiva, como Princípio da Eficiência. Portanto, a tendência comportamental pela eficiência se dá tanto no nível da busca por informação e exposição a ela, quanto por um nível relativo a recursos atencionais ou executivos de processamento da informação. À guisa da noção de *Dual-process*, a atuação do Sistema 1, mais automático e menos oneroso, é predominante.

Desse modo, há duas consequências naturais de sermos avaros cognitivos quanto ao processamento e ignorantes racionais quanto à busca por informações a maior parte do tempo: a heurística dominará nosso leque de decisões e dificilmente gastaremos recursos cognitivos e buscaremos informações que nos levarão a desconstruir e refazer nossas representações mentais ou opiniões (FISKE; TAYLOR, 2017). A Heurística é importante nesse modo de funcionamento, dado que reduz as etapas de resolução de problemas complexos para operações mais breves e simples, a fim de atender demandas do ambiente sob a condição de incerteza (KAHNEMAN; SLOVIC; TVERSKY, 1982). No contexto político, por exemplo, as pistas¹⁷ partidárias podem ser consideradas como heurísticas (LAVINE *et al.*, 2012), haja vista que atuam como estímulos que permitem a redução de custos (Princípio da Eficiência) com a atuação da desejabilidade na interpretação dos fatos cotidianos (Princípio da Perseverança de Crença, apresentado a seguir) .

¹⁶ Modelo de funcionamento de indivíduo da Psicologia Social que foi dominante e hoje é englobado pelo modelo atual do Tático Motivado (FISKE e TAYLOR, 2021). Esse último será tratado posteriormente.

¹⁷ Do original, *cue*, entendido como informações, opiniões ou deixas partidas de fontes vinculadas às preferências do cidadão.

Um tipo particular de heurística consiste no viés de confirmação. É um tipo de viés cognitivo relacionado a atenção seletiva, percepção e construção de inferências. Ele ocorre ao selecionar ou supervalorizar evidências que apoiam as opiniões, crenças, expectativas e hipóteses, ao mesmo tempo que se deprecia ou ignora as evidências opostos aos desejos do indivíduo (GASQUE, 2020). Como se pode suspeitar, o campo de debate político é extremamente fecundo para sua ocorrência e está em sintonia com o Princípio de Perseverança de Crença.

Sendo assim, somos também altamente suscetíveis a vieses dos quais muitas vezes não temos sequer consciência, notadamente suscetíveis àqueles que vão ao encontro de nossas ideologias e demais tipos de preferências, ainda que em detrimento dos fatos e da consistência lógica. Somos, por regra geral, orientados a seguir entendimentos e a buscar informações que nos motivam de algum modo, tal como pertencer a um grupo específico ou ver a si ou a seu grupo de pertencimento como mais virtuosos (FISKE; TAYLOR, 2017). Essa disposição tende a se acentuar se considerarmos que tem ocorrido cada vez mais o fenômeno de as pessoas tornarem suas posições políticas como suas identidades pessoais (MANSON, 2019). Assim, confrontar suas posições políticas também corresponderá a confrontar a identidade daquelas pessoas, não mais se tratando de uma mera discordância opinativa. Isto é, tem a ver com identidade, algo muito mais íntimo e precioso para uma pessoa que uma mera divergência intelectual. Por conseguinte, a identidade torna os posicionamentos políticos mais cristalizados, dado a carga afetiva empregado e, portanto, o indivíduo tomaria mão de mais mecanismos de defesa.

Lavine *et al.* (2012) chamam essa tendência de manter crenças que validam nossas predisposições políticas, independentemente da motivação específica, de Princípio da Perseverança de Crença. Ele é similar ao axioma da resistência de Zaller (1992), o qual defende que as pessoas tendem a resistir a argumentos que contradizem a suas predisposições. Ademais, está em conformidade com os achados empíricos de Lazarsfeld nas décadas de 1940 e 1950, sobre a rigidez de sistema de crenças político e escolhas eleitorais, bem como com o conceito de viés de confirmação, advindo da Psicologia Cognitiva (GASQUE, 2020). Em síntese, somos frequentemente viesados a vermos aquilo o que queremos (FISKE; TAYLOR, 2017). Por agir no sentido de evitar um cálculo mais complexo e oneroso, vê-se novamente o predomínio do Sistema 1 da noção de *Dual-process*.

Sendo assim, se nós enquanto cidadãos não temos disposição a despender recursos para nos informarmos e analisarmos o panorama político, muito menos no sentido de enfraquecer ou contradizer nossas predisposições, dificilmente haveria alterações no arranjo político de uma democracia, enfraquecendo a competitividade, defendida como fundamental para a democracia liberal (DAHL, 1956). Felizmente, Lavine *et al.* (2012) nos apresentam um terceiro princípio:

Princípio da Acurácia. Este trata da busca dos cidadãos por julgamentos que possam refletir a realidade. Em outros termos, julgamentos que tenham embasamento factual e sejam mais coerentes do ponto de vista lógico. Naturalmente, esse princípio leva um processamento mais dispendioso em termos cognitivos, por isso indica um tipo de processo cognitivo no qual há predominância do Sistema 2 da noção de *Dual-process*.

Vê-se, portanto, um aparente problema. Buscar embasamento factual demanda mais recursos de tempo, de atenção e até de recursos financeiros, assim como buscar filtrar nossas análises com base na lógica envolve demanda de capital mental¹⁸. Tudo isso representa custos, porém, como bons avaros, as pessoas querem reduzi-los sempre que possível. Logo, os princípios de Acurácia e da Eficiência – a depender da intensidade de cada um deles – tendem a entrar em choque, uma vez que um aponta para demanda de gastos e o outro, para redução destes. O princípio da Acurácia também vai de encontro ao Princípio da Perseverança de Crença, uma vez que não tendemos a estar dispostos a alterar nossas opiniões ou representações mentais, mesmo que muitas vezes não espelham os fatos (LAVINE *et al.*, 2012).

O modelo da ambivalência, portanto, revela que os indivíduos são influenciados por disposições que se chocam – a depender das intensidades de cada uma delas, sublinha-se – tal como apontado na antropologia (BOEHM, 1989). Considerando, então, que os indivíduos apresentam predisposições que se opõem, isso lança luz sobre a afirmação de Hochschild (1993) de que a ambivalência é um constituinte fundamental da opinião pública de um país, haja vista que as disposições dos indivíduos a propiciam. Enquanto essa última chegou a essa conclusão a partir da análise de diversos temas da opinião pública americana; Boehm (1989) o fez pelo estudo de diferentes culturas; ao passo que Lavine *et al.*, pela identificação de princípios subjetivos que regem a formação de opiniões. Não à toa as pessoas podem ser ambivalentes sobre um número incontável de assuntos, como lei e religião, papel do estado na economia e na sociedade, a realização de grandes eventos esportivos, políticas sobre imigrantes, etc. (BOCCAGNI; KIVISTO, 2019; LARSEN; MCGRAW, 2011; MCGRAW; BARTELS, 2005; JACOBY, 2005; BUFFINGTON, 2012)

Vê-se, portanto, que o conceito de ambivalência como um afeto universal decorrente de disposições humanas em conflito tem o que os epistemólogos Thagard e Ranney (1988) chamam de coerência explanatória, isto é, uma capacidade de unificar diferentes fenômenos (no caso, de diferentes áreas) em uma mesma explicação.

¹⁸ Capital mental é entendido como o conjunto de recursos atencionais, executivos e mnemônicos voltados para execução de uma tarefa ou tomada de decisão

3.2 Por que precisamos falar sobre ambivalência II: a tomada de decisão do voto

A presença de antíteses e contradições no modo de ver a política pelos cidadãos, todavia, não representa necessariamente um problema. Na verdade, como defende o modelo da Ambivalência de Lavine *et al.* (2012), esse conflito interno é salutar, pois é o que pode fazer as pessoas passarem de um modo de operar de avaros cognitivos, mais automático na busca e processamento de informações, para um modo mais deliberado e, do ponto de vista da disputa democrática, mais “responsável”, tal como defende o modelo de indivíduo do tático motivado¹⁹, segundo o qual determinados estímulos do ambiente levam os indivíduos a lidarem com as informações do meio de um modo mais atencioso e deliberado (FISKE; TAYLOR, 2017). Em outras palavras, ativa-se o axioma da recepção de Zaller (1992), o qual defende que um maior engajamento cognitivo leva a mais exposição e compreensão sobre a questão de interesse.

Dentro desse modelo a ambivalência é entendida como um conflito interno e, portanto, um estado de desconforto, assim atua como um motivador a levar os indivíduos a buscarem estratégias de resolução de problemas que sejam mais eficazes, ainda que mais custosas. O que dispara o gatilho da ambivalência, no contexto do partidarismo, é justamente o choque entre as expectativas do cidadão e o desempenho político do candidato ou partido em questão. Assim, ela pode ocorrer em situações distintas. Uma pessoa, por exemplo, pode se tornar ambivalente porque o partido que representa suas preferências desempenhou-se mal na gestão da economia ou outras questões objetivas, enquanto essa pessoa esperava o contrário; ou, acerca do seu posicionamento moral, enquanto se esperava que o “seu” partido fosse ílibado, ele se envolve em esquemas de corrupção durante sua gestão.

A ambivalência pode ocorrer também em relação ao grupo ideológico contrário. O partido adversário ganha a eleição e os indicadores econômicos são positivos, diferentemente do que o cidadão hipotético esperava. Em situações como essas, devido a esse conflito entre expectativa e realidade, os cidadãos estarão mais dispostos, diante de uma tomada de decisão política, a fazerem um cálculo mais econômico e menos identitário, tenderão a dispor mais recursos consciente na comparação entre períodos de diferentes lideranças e desempenho em questões da vida cotidiana, bem como mais aptas a punir partidos ou candidatos que não tenham atendido às expectativas de campanha.

¹⁹ É o modelo atual de funcionamento do indivíduo quanto ao modo de lidar com informações do meio, segundo o paradigma da Cognição Social

É justamente essa a diferença entre um eleitor (ou cidadão neste caso) ambivalente partidário e um univalente (LAVINE *et al.*, 2012). O primeiro está muito mais inclinado a buscar e dar atenção a estímulos fora do enquadramento de seu partido ou ideologia que o último, o qual se restringe aos estímulos partidários e ideológicos de sua identidade. No caso desses ambivalentes, então, eles estarão muito mais propensos a votarem para candidatos de diferentes partidos em eleições envolvendo diferentes poderes, como Executivo e Legislativo. É justamente isso que mostram Lavine *et al.* (2012), ao se debruçarem sobre as eleições estadunidenses de 2008, envolvendo Casa Branca e Capitólio. Nota-se, por conseguinte, uma proximidade do eleitor ambivalente partido ou ideologicamente com o *swing voter*, isto é, aquele eleitor que costuma oscilar entre partidos ou ideologias de uma eleição para outra. Todavia, para um *swing voter* “raiz”, isto é, sem compromisso ideológico ou partidário, sem esse tipo de vínculo identitário, não há conflito, portanto não há ambivalência. Por essa razão, o indivíduo se mostrar ambivalente aumenta muito mais as chances de que ele se abstenha de um voto válido ou que compareça à eleição. No entanto, isso não o impede de votar mesmo em um candidato de ideologia ou partido opostos às suas preferências, podendo também ocorrer em parte dos casos a “divisão” do voto entre diferentes partidos, isto é, o cidadão pode votar em candidatos de ideologias opostas considerando os diferentes cargos em disputa.

Isso acontece porque a ambivalência representa uma instabilidade atitudinal, um desconforto do qual, naturalmente, busca-se afastar. Em tal situação, existe a necessidade de se reduzir o hiato entre realidade e desejo por confiança em suas preferências políticas (LAVINE *et al.*, 2012). Assim, o indivíduo pode tanto buscar uma estratégia no sentido de alcançar um equilíbrio entre os princípios de Acurácia e de Perseverança de crença, por meio, por exemplo, de supressão de um pensamento (COOPER; STONE, 2000) ou de uma “convicção compensatória”²⁰ (MCGREGOR; MARIGOLD, 2003); quanto pode buscar se informar mais, para além de fontes alinhadas a suas preferências, mais ligadas a questões objetivas, como economia (LAVINE *et al.*, 2012).

Em razão disso, a mensuração da ambivalência em pesquisas eleitorais pode ser salutar, haja vista que ela representa uma inconsistência atitudinal. Assim, tal medida pode indicar uma parcela da população mais suscetível aos efeitos de campanha, inclusive porque a ambivalência também retarda a tomada de decisão eleitoral (LAVINE *et al.*, 2012). Atualmente, a fim de avaliar a convicção da escolha, pesquisas comparam respostas espontâneas com respostas

²⁰ Segundo os autores mencionados, é uma tentativa do indivíduo de desviar a atenção de incoerências perturbadoras em suas atitudes e valores e se focar em convicções pessoais profundas.

estimuladas. A ambivalência pode ser um indicador complementar ou mesmo superior. Carece-se de investigações nesse sentido no país.

Ademais, o modelo atual de indivíduo do Tático Motivado nos esclarece que, uma vez que nosso *stand-by*²¹ é de avaros cognitivos, dependemos de estímulos do ambiente para tomarmos mãos de estratégias de análise e tomada de decisão mais sofisticadas e embasadas (FISKE; TAYLOR, 2017).

É o que se entende por *Dual-Process*, que remete às maneiras de processamento da informação. Trata-se de um modelo de explicação de manipulação da informação pelo indivíduo elaborado por Shiffrin e Schneider (1977), que defendem que essa manipulação pode ocorrer de duas maneiras: (sistema 1) modo mais automático ou²² de modo mais (sistema 2), sendo o primeiro menos oneroso em termos mentais. Com novas pesquisas, esse modelo foi não só corroborado, como aprimorado. Evans e Over (1996) apontaram, por exemplo, que o primeiro tende a ocorrer de maneira implícita²³; o segundo, explícita. Kahneman (2003), por sua vez, indicou que, além de automáticos e demandar menor gasto cognitivo, o sistema 1 tem uma maior carga emocional; enquanto o sistema 2 tende a, além do maior esforço cognitivo, ser seriado (uma etapa por vez), mais supervisionado conscientemente, mais flexível, obedientes a normas (lógicas e factuais) e levar mais em consideração taxas base (indicadores sobre uma população). Trazendo esses pressupostos para o contexto do eleitor em período de disputa eleitoral, o sistema 1 pode ser atribuído ao tipo de eleitor que se baseia única e exclusivamente em sua identidade política (seja a favor de um partido ou candidato); enquanto o sistema 2, ao indivíduo que pondera suas disposições políticas iniciais e leva em consideração demais variáveis, como desempenho em diversos indicadores sociais, como economia, saúde, segurança pública etc.

Os cidadãos comuns, todavia, não são os responsáveis por apuração de fatos e análise de conteúdos de *expertise* da economia e arranjos políticos, então analisar o ambiente de mídia é fundamental. Isso ocorre pois é a partir dele que as pessoas se confrontaram com notícias ou opiniões que poderão aumentar a chance de se comportarem de um modo mais eficaz do ponto de vista da cidadania²⁴, pois é dele que partem as informações para que os cidadãos médios

²¹ Expressão de língua inglesa. Em português cotidiano, algo como “modo de espera”

²² Como a conjunção indica, pode também ocorrer de ambas as maneiras, ocorrendo o que se chama de processamento em paralelo, no caso, do mesmo objeto.

²³ Implícita e explícita nesse caso se aproximam de não-consciente e consciente.

²⁴ Por mais eficaz e cidadão, entende-se o indivíduo mais inclinado a considerar mais informações advindas de fontes que possam estar fora de suas preferências ideológicas ou partidárias, logo indivíduos que analisem mais a relação entre desempenho e expectativa. Indivíduos que, logo, favoreçam a competitividade na democracia.

possam ou não se tornarem ambivalentes. Como aponta Prior (2007), o componente individual tende a ser insuficiente para uma mudança de opinião.

Em razão disso, não se pode deixar de vista o papel do ecossistema de mídia, tendo em vista que as decisões são contingentes à acessibilidade e à confiabilidade das pistas partidárias, do ambiente político e da natureza das motivações (LAVINE *et al.*, 2012). Assim, estudos que envolvam ambiente de mídia são condições *sine qua non* para entender a qualidade de uma democracia, uma vez que diferentes ambientes de mídia oferecem diferentes oportunidades de aprendizagem sobre política (PRIOR, 2007) e, como é o enfoque deste trabalho, propiciam um cidadão mais eficaz no seu cálculo decisório pela via da ambivalência.

4 MÍDIA E AMBIVALÊNCIA

*Nós moldamos nossas ferramentas e nossas ferramentas nos moldam*²⁵ (CULKIN, 1967)

Ainda que Racionalidade Democrática, Avareza Cognitiva e Ambivalência ajudem a elucidar o escopo da formação da opinião do cidadão, não se pode ignorar que essas três peças se movimentam em um tabuleiro, o qual consideramos como o ecossistema ou ambiente de mídia. Por ambiente de mídia, entende-se o conjunto de meios de comunicação disponíveis aos indivíduos em um determinado lugar e período, assim como as propriedades desses meios (PRIOR, 2007). Este determina as possibilidades de atuação de cada uma das variáveis anteriores. Portanto, após a descrição de cada uma dessas três peças, trata-se, neste capítulo, de lançar luz sobre como a evolução do ambiente de mídia interfere no consumo e processamento de informações pelos cidadãos. Essa preocupação ancora-se no Modelo da Aprendizagem Condicional, o qual aponta para relevância do componente estrutural na formação da opinião, isto é, o conjunto de informações e opiniões disponíveis ao cidadão (PRIOR, 2007). Em síntese, defende-se aqui que a mudança no ambiente de mídia leva à mudança de comportamento (PRIOR, 2007).

Como definiram Alvarez e Brehm (1995), a ambivalência pode ser entendida como a presença de avaliações conflitivas ou inconsistentes acerca das crenças que um indivíduo mantém sobre um objeto ou pessoa. Ao enfatizar a dimensão da avaliação, esses autores, indiretamente, trazem à baila a questão do ambiente de mídia, uma vez que as pessoas não avaliam algo ou criam crenças sobre objetos aleatoriamente, mas sim das informações sobre a realidade política que chegam a elas, tarefa primordial dos veículos de informação. Como aponta Prior (2007), não se trata apenas das preferências e disposições individuais, mas também do conjunto de informações disponíveis para o consumo, os quais podem despertar ou acentuar tais preferências ou disposições, em muitos casos.

Um conceito importante para completar a explicação deste capítulo consiste na Dissonância Cognitiva. Diz respeito à Teoria da Dissonância Cognitiva desenvolvida por Festinger (1957). Segundo o autor, as cognições são dissonantes quando estão em sentidos opostos. Se vistas como relevantes, essa oposição pode causar desconforto, mesmo sofrimento psíquico. Um exemplo sobre o qual o autor se debruça é o do fumante consciente dos malefícios causados

²⁵ “We shape our tools and then our tools shape us”. Frase de John Culkin, embora muitas vezes atribuída a Herbert Marshall McLuhan. Independentemente disso, a frase está em sintonia com os pensamentos de ambos os autores, que foram parceiros intelectuais.

pelo vício. Esse conflito entre o comportamento e a ciência de sua nocividade causa sofrimento ao portador. Este, então, pode buscar reduzir esse conflito ao evitar informações sobre efeitos colaterais do tabagismo ou se focar no prazer gerado pelo fumo, a fim de ignorar as informações negativas. Esse modelo apresenta grande proximidade com o conceito de ambivalência e é de-
veras relevante quando se pensa o uso das mídias como estratégia psicológica de defesa no sentido de evitar ou reduzir a dissonância cognitiva ou o próprio mal-estar causado pela ambivalência.

Neste capítulo, buscou-se traçar a evolução do ambiente de mídia, de modo a relacioná-lo com a ocorrência ou não da ambivalência, isto é, o quanto ele evoluiu de modo a propiciar ou não a possibilidade do cidadão se tornar ambivalente quanto a questões políticas. Seguiu-se a cronologia histórica do surgimento de cada nova tecnologia de mídia. Em razão disso, destacaram-se duas fases relativas ao fenômeno da ambivalência: TV a cabo e as novas mídias. Para cada uma delas, um tópico, no qual, em seu fim, faz-se um balanço dos principais efeitos no que tange à ocorrência de ambivalência para posterior comparação acerca das consequências para seus específicos públicos.

4.1 TV a cabo

A infelicidade dos consumidores deriva do excesso e não da falta de escolha. “Será que utilizei os meios à minha disposição da melhor maneira possível?” é a pergunta que mais assombra e causa insônia ao consumidor (BAUMAN, 1999, p. 75)

Bernard Manin (1997), em *As metamorfoses do governo representativo*, aponta que no interím do início da democracia moderna até meados das décadas de 70 e 80, houve três fases desse regime: o modelo parlamentar, a democracia de partido e a democracia de público. É fundamental notar que para cada passagem de fase da democracia representativa, houve tanto uma mudança na dinâmica social, quanto nos meios de comunicação. Isso não é trivial, dado que mudanças de mídia produzem mudanças de intermediação, isto é, afetam-se tanto as estratégias dos editores de mídia, quanto dos atores políticos, possibilitando inclusive a ascensão de novas lideranças (PRIOR, 2007).

Na fase da democracia partido, o autor aponta para estabilidade das eleições, principalmente pela importância do vínculo envolvendo origem e classe social com os partidos (MANIN, 1997). Os veículos de mídia, por sua parte, também seguiam a clivagem partidária. Por conseguinte, quem os seguia tinha pouco contado com opiniões e notícias divergentes a suas preferências partidárias. Isso corrobora para os achados de Lazarsfeld (1948), que concluiu para os

efeitos limitados das mensagens da campanha quanto à conversão do voto durante a década de 50. Tendo em vista essa relação de um ambiente de mídia cujos veículos seguiam a fidelidade partidária de seus consumidores e a estabilidade da predição dos votos pela noção de classe, isso sugere a pouca presença do fator de instabilidade da ambivalência.

A partir dos anos 70, essa vinculação entre voto e pertencimento geográfico e econômico arrefece. É quando se dá a mudança mais brusca na relação entre representados e representantes se dá na passagem da fase que Manin (1997) chamou de democracia de partido – quando os veículos de mídia são partidários e os cidadãos que acompanhavam a política tinham pouco contato com informações e opiniões divergentes àquelas de sua preferência – para fase de democracia de público. Nesta, os meios de comunicação tornam-se verdadeiramente de massa. Nesse período o voto se orientou mais pelos indivíduos candidatos e menos pelos partidos. Isso ocorreu em decorrência da relação entre representados e representantes ter se tornado mais direta, em função dos meios de comunicação que se ascenderam e se difundiram: rádio e televisão. Não à toa, Manin (1997) caracteriza tal fase como a fase do comunicador.

Os veículos de mídia, a partir de então, se tornam menos partidários, buscando uma cobertura com uma narrativa menos polarizada e mais baseada em critérios como objetividade jornalística e imparcialidade (HAMILTON, 2004). Os veículos querem passar a ser vistos como independentes. Isso acontece não apenas porque a relação entre candidatos e políticos se torna mais direta com as novas tecnologias, como também porque os veículos não são mais tão dependentes de financiamento advindos de partidos ou do governo. Assim, há uma perda ainda maior da intermediação partidária, levando os eleitores a estar mais expostos a informações e opiniões que confrontam suas preferências. Manin (1997) notou que foi justamente nessa fase que ocorreu a maior variação dos resultados eleitorais, consequência da exposição a informações menos partidárias, o que sugere uma maior ocorrência da ambivalência.

Além da redução do efeito dos partidos na intermediação, há outros dois fatores importante que explicam tais efeitos. Esses dois fatores se dão a partir da perspectiva de quem consome notícias. Nesse período de difusão da TV, havia pouca oferta no “cardápio” de canais do telespectador. Por conseguinte, em muitos casos, um espectador de entretenimento tinha que, por exemplo, aguardar a finalização de um jornal para assistir sua novela, programa de humor ou jogo esportivo. Mesmo no caso de um espectador mais partidário, este tinha que se contentar com o enquadramento jornalístico apresentado pelo jornal em questão, ainda que considerasse que o canal estivesse contra o “seu” candidato ou partido.

Isso começou a mudar com a difusão da TV a cabo (BAUM; KERNELL, 1999). Se antes o espectador tinha que se ater ao que o número reduzidos de canais oferecia; com esse

novo produto (TV a cabo), o número de opções explodiu e levou aos espectadores mais facilidade para que consumisse conteúdo que mais os agradasse (LIMA, 2014). Esse tipo de tecnologia aumenta a oferta de opções de canais e produtos para os indivíduos, tornando mais viável aos editores de canais atender às preferências ideológicas específicas. O consumidor partidário em questão, logo, não precisa mais se ater a uma cobertura de centro ou independente, politicamente falando. Ele pode buscar canais que apresentem a informação de modo a validar sua preferência ideológica, dado o nível de fragmentação desse mercado de mídia, reduzindo as oportunidades de se escutar pontos-de-vista diferentes sobre questões políticas (HOLLANDER, 2008). Em termos de integridade psíquica, o espectador já tem meios que reduzem o desconforto causado pela ambivalência.

Com o passar do tempo, dado o aumento do número de canais, essa possibilidade passou a se tornar cada vez mais real. Se na década de 60 os estadunidenses, por exemplo, tinham acesso a 6 canais de TV fechados, na primeira década do século XXI eles tinham acesso a mais de 60 canais (POPKIN, 2007). Em síntese, passou-se de um ecossistema de mídia de baixa escolha para um de alta escolha, que permite cada vez mais a personalização da dieta de mídia (HOLLANDER, 2008). E não se trata de uma mera especulação teórica. Em uma análise de um *survey* nacional estadunidense aplicado entre os anos de 1998 e 2006, Hollander (2008) constatou que não apenas a cobertura política se tornou mais partidária, mas também os consumidores partidários tendiam a se direcionar a canais mais amigáveis a suas predisposições.

No contexto brasileiro, também há registro desse mesmo fenômeno da exposição seletiva. Mundim *et al.* (2022), ao estudarem a politização da pandemia de COVID-19 no país juntamente com a polarização política, constataram uma seleção de exposição de telejornais a depender da preferência política do espectador (Submetido à publicação). Cidadãos apoiadores do presidente Jair Bolsonaro tendiam a optar por assistir ao Jornal da Record, emissora alinhada a esse ator político.

Não é à toa que Tajfel e Turner (1986), ao estudarem o Modelo da Espiral do Reforço, apontaram o consumo de mídia na sociedade como principal variável de manutenção das identidades sociais e pessoais. Segundo esse modelo, existe um mútuo reforçamento entre a escolha midiática e ratificação da identidade social – que nesse caso envolve identidade política (SLATER, 2015). Trata-se de um estudo da década de 80, período no qual a tecnologia de mídia mais relevante nos EUA era justamente a TV a cabo. Ainda que essa tecnologia não tenha levado necessariamente a atitudes extremas, mas majoritariamente ao reforço das identidades e preferências (SLATER, 2015), ela estará inibindo a ocorrência da ambivalência entre os indivíduos, uma vez que ela propicia a ocorrência da exposição seletiva, isto é, uma exposição a

conteúdos que eficazmente estejam alinhados às crenças e às predisposições de seus consumidores (STROUD, 2008). Esse viés é comum de ocorrer quando o indivíduo tem uma grande motivação defensiva, isto é, relativa a uma posição pessoal (FISCHER; GREITEMEYER, 2010). No contexto eleitoral, por posição pessoal, pode-se entender uma identidade partidária (a favor ou contra um partido) ou uma identidade de classe, ideológica etc. Fita-se que por se tratar de um viés cognitivo que reduz a consideração de informações relevantes, a exposição seletiva favorece más decisões (EYSENCK; KEANE, 2017).

4.2 Novas Mídias

Na terra da liberdade individual de escolher, a opção de escapar à individualização e de se recusar a participar do jogo da individualização está decididamente fora da jogada (BAUMAN, 1999, p.43)

Como é de conhecimento comum, a evolução da mídia não se encerra na TV fechada. Hoje ocorre a ascensão das chamadas novas mídias, que se refere à difusão do consumo de informação por meio de redes sociais e aplicativos de *Smartphones*. Diante disso, pode-se questionar: essa ascensão acentua a tendência de exposição seletiva presente na TV a cabo? As pessoas que consomem mídias mais tradicionais como TV e jornais impressos tenderão a ser mais ou menos ambivalentes que aquelas que consomem as novas mídias?

A princípio, a expectativa que se tinha da ascensão da internet era positiva. Alguns autores viam o ciberespaço como libertador para a democracia, dada a sua capacidade de conectar pessoas de diferentes lugares (LEMOS; LÉVY, 2010). Apesar disso, ela começa a se popularizar mundialmente apenas a partir da década de 1990. Nessa fase os computadores ainda eram caros, ela ainda era pouco difundida no globo e os sites tinham design rígido, com poucos recursos (FERREIRA; RIOS, 2017).

O panorama da internet começa a mudar significativamente a partir de 1999, com o surgimento da chamada Web 2.0. Além do aumento de recursos de design, as plataformas passam a viabilizar a criação de conteúdo pelos próprios usuários. Inicialmente, isso ocorreria a partir de blogs. Nesse esteio da Web 2.0, surgem, além dos blogs, os fóruns e as redes sociais, com destaque para o Facebook, que nasce em 2004 (FERREIRA; RIOS, 2017).

Nesse período, outro processo complementar ocorria, que era a implementação da Web 2.0 em aparelhos móveis, os celulares, com destaque para o Iphone, da Apple, pioneiro nesse segmento. Assim, a internet alcançou maior penetração nas sociedades, a ponto de que, em 2016, 53% da população mundial já tinha acesso a ela (INTERNATIONAL

TELECOMMUNICATION UNION, 2016). Dois anos antes, em 2014, o Facebook tinha batido a marca de 1 bilhão de usuários (FERREIRA; RIOS, 2017). No Brasil, nesse mesmo ano, 70,8% dos consumidores de notícias se utilizavam das redes sociais com esse fim (BRASIL, 2014). Nesse momento as tecnologias de mídia móvel e as redes sociais já tinham mudado o mundo para sempre, e com ele o a relação que as pessoas tinham com a informação.

Empresas de mídia dessa natureza, Youtube e Facebook, por exemplo, ganham dinheiro por meio de anunciantes, como qualquer outra mídia. Quanto mais usuários usam determinada rede e quanto mais tempo os usuários permanecem nela, mais essa rede pode cobrar de seus anunciantes (PASQUALE, 2017). A fim de manter o usuário conectado, os desenvolvedores coletam informações de consumo baseado no histórico de buscas dele para posteriormente lhe direcionar mais conteúdo com base na relevância produzida por esse histórico (SUDBRACK, 2020). Parisier os chama de “filtros invisíveis”, pois sem nenhuma espécie de aviso, intermediam a relação dos usuários com a informação, encaminhando-lhe conteúdos que a pessoa já apresentou interesse e, em muitos casos, concorda (2011). Em razão disso, são produzidos dois efeitos relevantes e próprios das redes sociais: câmara de eco e filtro bolha.

A noção de “câmara”, em “câmara de eco”, remete a um ambiente isolado (FERREIRA; RIOS, 2017) ou a um “espaço de mídia delimitado e fechado”, como afirmam Jamieson e Capella (2008, p76). Já “eco” refere-se à repetição das preferências levando a um viés de confirmação pelo usuário (FERREIRA; RIOS, 2017). Filtro Bolha, por sua vez, trata-se da atuação do algoritmo no sentido de isolar o usuário de conteúdos que não sejam aqueles com os quais ele já se interessa ou concorda (PARISIER, 2011). Portanto, amplia-se o efeito das mensagens entregues e as isola de refutação (JAMIESON; CAPPELLA, 2008). Ambos os fenômenos se complementam no sentido de evitar com que o indivíduo se depare com informações ou opiniões conflitantes (ARGUEDAS *et al.*, 2022). Uma vez que para o indivíduo se tornar ambivalente é necessário a ocorrência desse conflito (LAVINE *et al.*, 2012), as chances da ocorrência desse afeto se reduzem drasticamente.

Ironicamente, em muitos casos, o usuário partidário tem justamente a sensação de estar bem-informado quando a situação é justamente a oposta. Devido à automatização do envio de conteúdo ao usuário dessas redes pelos algoritmos, ocorre o fenômeno da *news-finds-²⁶me-perception*, que se refere a um viés perceptivo. Trata-se da sensação de estar bem-informado pelo usuário em função do envio automatizado de conteúdos políticos, mas que não corresponde a

²⁶ Em tradução livre, algo como “a notícia me encontra”, relativo a percepção do usuário de que ele estará bem-informado mesmo não realizando uma busca ativa da informação.

conhecimento político completo e consistente devido a pouca diversidade das fontes captadas pelo “filtro invisível” desses ambientes (SPOHR, 2017).

A estrutura das novas mídias, portanto, não só também apresenta o potencial da exposição seletiva apresentado pela TV a cabo, como eleva esse potencial a outro patamar com esses fenômenos do efeito bolha, da câmara de eco e da *news-finds-me-perception*. Os Feeds do Facebook e do Twitter representam uma personalização da dieta de consumo de conteúdo ainda mais personalizada que aquela vista na TV a cabo. Assim, a partir de agora há duas fontes de informação gratuita que pouco propiciam a ocorrência da ambivalência, enquanto antes era apenas um, a TV a cabo. Há um agravante. Se a televisão tinha seu uso restrito quase que exclusivamente ao ambiente da sala de estar; o mesmo não ocorre com a exposição seletiva propiciada pelas redes sociais, dada a mobilidade dos *smartphones*. As pessoas permanecem em suas bolhas para além de suas casas, muitas vezes deixando de interagir pessoalmente com quem pensa diferente para se manter conectadas. Isso tende a reduzir o consumo de informação gratuita, e, por conseguinte, as chances dessas pessoas se tornar ambivalente. E mesmo que o indivíduo se sinta ambivalente, esse estado de desconforto pode rapidamente ser solucionado com a deliberação por conteúdos alinhados às preferências individuais, em consonância com a Teoria da Dissonância de Festinger (1957) e com achados empíricos sobre como os indivíduos lidam com a ambivalência e a exposição seletiva (NORDGREN; VAN HARREVELD; VAN DER PLIGT, 2006). Isto é, as pessoas podem usar a capacidade de seleção de conteúdos dessas tecnologias como mecanismo de defesa contra a ambivalência, ao reduzirem a exposição a conteúdos negativos a suas preferências.

4.3 Por que a ambivalência importa III: repercussões da evolução da mídia para a democracia

*“Mentiras sinceras me interessam”
Maior abandonado, Cazuza*

Keeter (2014) chamou a atenção para o distanciamento ideológico que cresceu nos últimos anos. Ao aplicar um questionário de valores políticos, ele constatou que, entre 1994 e 2014, o distanciamento entre republicanos e democratas aumentou nos Estados Unidos. Tal fato se relaciona tanto com a polarização política e quanto com a ambivalência, uma vez que cidadãos que pensam diferente e estão distantes são cidadãos que pouco tendem a confrontar suas crenças. Além disso, o período de análise também importa. Nele, o uso da TV a cabo já estava consagrado há tempos e as novas mídias se ascendiam. Portanto, é plausível considerar que

características de ambas as mídias tenham contribuído para essa polarização. Tendo em vista que ambas as mídias têm um efeito comum, exposição seletiva, não se pode descartar nenhuma delas como variável explicativa. No entanto, isso não significa que elas sejam totalmente equivalentes. Há diferenças de intensidade e qualitativas acerca dos efeitos produzidos para a democracia.

Em seus trabalhos sobre a evolução do ambiente de mídia, Prior (2007) concluiu que a difusão do uso da TV a cabo contribuiu para um hiato informacional entre os diferentes tipos de consumidores. Aqueles que têm predileção por notícias as consumirão mais e provavelmente a partir de canais alinhados com enquadramento favorável às preferências desse público; já aqueles que preferem entretenimento tendem a ter cada vez menos contato com canais de notícias, dada à grande oferta de opções que atendem a essas preferências (PRIOR, 2007; SPOHR, 2017).

Tal característica resulta em efeitos concretos no âmbito eleitoral. Se, quando assiste à televisão, o consumidor menos partidário, que é tipicamente o consumidor de entretenimento, dificilmente será exposto à informação política, tornar-se-á muito mais improvável que ele alcance o limiar partidário, momento no qual o cidadão se atentará a questões políticas para sua tomada de decisão à medida que informações dessa natureza lhe alcançam (DOWNS, 1999). Assim, ele estará pouco motivado a tratar de questões políticas. Isso ajuda a explicar a queda no comparecimento eleitoral nos Estados Unidos em concomitância com a expansão do consumo de TV's de canal fechado (POPKIN, 2007). Uma vez que a eleição passa a ser marcada pela presença dos mais partidários e ausência dos mais moderados, as eleições se polarizam entre os partidários que se rivalizam (PRIOR, 2007). Naturalmente, os representantes políticos terão mais incentivos a atenderem as pautas dos que comparecem às urnas, acentuando o partidarismo e reduzindo a atuação dos eleitores mais independentes (PRIOR, 2007).

O que se tem, então, é uma democracia que tende a perder não apenas representatividade nas urnas, como competitividade, uma vez que os eleitores menos fiéis a candidatos ou partidos e mais pragmáticos se ausentarão e são eles, em muitos casos, os fiéis da balança. Sugestivamente, são esses os eleitores mais suscetíveis a se tornarem ambivalentes, uma vez que têm menos compromisso com fidelidade partidária e, portanto, menos fidelidade com fontes de notícias ligadas exclusivamente a um dos espectros políticos.

É possível contrapor essa posição recorrendo-se ao argumento da heurística, que se tornou comum no meio da Ciência Política. Há quem defenda que seu uso pode levar a tomadas de decisão que venham a ser satisfatórias do ponto de vista das demandas políticas. Não obstante, ainda que a heurística represente uma redução de custos informacionais, para se escolher

heurísticas eficientes, é necessário um mínimo de informação (PRIOR, 2007). A TV pode não ser a única fonte de informação gratuita, mas é deveras importante.

As novas mídias, por sua vez, também apresentam esse efeito da exposição seletiva. Devido à atuação dos algoritmos, na *timeline* (ou *feed*) do usuário são mostradas notícias e opiniões que o indivíduo já apresenta algum alinhamento de preferências políticas. Todavia, isso não quer dizer o resultado seja estritamente o mesmo. Nas redes sociais qualquer pessoa pode produzir conteúdo (justamente aquilo que caracteriza a web 2.0); diferentemente do que ocorre na TV, a qual, ainda que tenha se flexibilizado, demanda todo um processo que envolve profissionais da área e checagem para apresentação da informação etc. Por essa razão, as *fake news* são um fenômeno majoritário das redes sociais.

Assim, além do usuário das redes ter pouco contato com informações conflitantes, devido à atuação do filtro invisível do algoritmo, ele tende a se deparar com informações falsas que validam suas preferências políticas, estimulando a ação do Princípio da Perseverança de Crença, apontado por Lavine *et al.* (2012), bem como do viés de confirmação. A atuação desses conceitos com as *fake news* se constata, inclusive, empiricamente Vosoughi e Aral (2018), em um estudo com milhares de mensagens verdadeiras ou falsas do Twitter, entre 2006 e 2017, constataram que, diferentemente da verdade, a mentira se propaga em cascata, atingindo um número muito maior de pessoas. Isso, porém, nem é a conclusão mais desalentadora: humanos são muito mais propagadores de mentiras do que robôs. Tal desalento não é exclusividade estadunidense. Rossini *et al.* (2020) chegaram a conclusões semelhantes no Brasil ao se debruçar sobre mensagens políticas nas mídias Facebook e WhatsApp. Ao menos um quarto dos usuários dessas redes compartilham informações erradas nesses ambientes.

O que se tem, logo, é um ambiente de mídia altamente eficaz, no sentido de atender às preferências estritas de seus usuários, e com alta suscetibilidade ao consumo de *fake news* que validem as preferências dos indivíduos (SPOHR, 2017). Nesse aspecto, constrói-se um mecanismo de retroalimentação. Uma vez que a confiabilidade da fonte é condição necessária para o indivíduo levar em consideração a informação em questão (LAVINE *et al.*, 2012), o consumidor dessas mídias, superestima cada vez mais as fontes ligadas as suas preferências e desconsidera cada vez mais fontes que contestem tais preferências. Por essa razão é relevante avaliar a ocorrência da ambivalência entre cidadãos com base no tipo de mídia que costumam consumir, uma vez que esse fenômeno se mostra como uma variável que intermedia a relação entre informação que os cidadãos consomem e a tomada de decisão.

Isso contribuiria para esclarecer o quanto os cidadãos são críticos acerca de suas próprias preferências, tendo em vista que a ambivalência contrabalança o efeito do partidarismo sobre

a percepção dos cidadãos, o qual tende a distorcê-la (LAVINE *et al.*, 2012). Trata-se de uma tendência natural apontado pelo Princípio da Perseverança de Crença, mas que tende a se acentuar com um ambiente de mídia mais seletiva e mais permissivo a mentiras convenientes ou amigáveis aos desejos dos consumidores.

Nesse sentido, é preciso ressaltar que, considerando o efeito bolha e a câmara de eco, os partidários usuários das redes sociais tendem a ter contado mais restritos a quem pensa de modo similar, o que acentua a polarização política e, por consequência, o extremismo (RAMOS *et al.*, 2014; STROUD,2010). A título de exemplificação, em caso de uma eventual derrota de seus candidatos nas eleições, estão mais propensos a reduzirem a confiança no sistema eleitoral, questionarem eventuais derrotas eleitorais de seus candidatos e a endossarem discursos de fraude. Desse modo, ironicamente, se, de um lado, eles tendem a ser pouco ambivalentes para maioria das questões postas no debate público, pelo tipo de consumo de mídia, esses usuários partidários podem se apresentar mais ambivalentes quanto ao apoio à democracia, uma vez que essa posição tende ser bem-vista socialmente²⁷.

Portanto, investigar a relação entre o ambiente de mídia e a ambivalência é investigar também a qualidade de uma democracia – inclusive as atitudes ambivalentes dos cidadãos quanto a esse próprio regime. Tal empreitada permite entender o quanto os cidadãos estão se expondo a informações diversas a suas disposições ideológicas – reduzindo distorções perceptivas acarretadas pelas preferências políticas pela via da ambivalência –, o quão completo é seu cálculo partidário, bem como, indiretamente, o quão dispostas estão a cooperar com o jogo democrático.

²⁷ . Isso está tão arraigado culturalmente, que dicionários como Aurélio e Houaiss atribuem, entre os diversos significados para o verbete “democrático”, o sentido de elogio. Apoiadores da ditadura militar brasileira (1964 – 1985) costumam dizer que o golpe ocorreu em favor da democracia, por exemplo.

5 OS AMBIVALENTES DAS ELEIÇÕES DE 2018

Este trabalho centrou-se nas questões relativas à corrida presidencial de 2018, especificamente nos candidatos que disputaram o segundo turno para Presidência da República, Fernando Haddad e Jair Bolsonaro. Além dessas variáveis, tratou-se de outras envolvendo consumo de mídia e a construção do índice de ambivalência, como será demonstrado a seguir. Portanto, fez-se uma análise multivariada buscando identificar quem são os ambivalentes no Brasil e quais os efeitos da ambivalência para tomada de decisão eleitoral. Assim, a função da variável ambivalência muda em cada um desses cenários.

Consequentemente, este e o capítulo 6 são majoritariamente empíricos: Quem são os ambivalentes; e Ambivalência sobre o Voto. No primeiro, buscou-se identificar na população brasileira quem são os ambivalentes, isto é, definir um perfil; no segundo, como essa variável atua tanto de modo isolado, quanto em interação com outras variáveis e o resultado disso para a tomada de decisão eleitoral.

Os dados utilizados nesta pesquisa são do Estudo Eleitoral Brasileiro (ESEB) de 2018. Trata-se de um survey nacional pós-eleitoral de cunho acadêmico, que visa identificar como variáveis contextuais, especialmente as instituições, moldam crenças e comportamentos dos cidadãos. O ESEB do ano referido se utilizou de amostras nacionais representativas, estratificadas por região, com três estágios sucessivos de seleção: município (na maioria das vezes utilizando o método Probabilidade Proporcional ao Tamanho (PPT), setor censitário e selecionados por cotas de sexo, idade e escolaridade, entre outros critérios. Ele foi executado pelo Centro de Estudos e Opinião Pública (CESOP), vinculado à Universidade de Campinas (UNICAMP), e pelo instituto de pesquisa Ibope; no período de 10 a 24 de novembro de 2018. Entrevistaram-se 2506 pessoas com margem de erro de 2%.

Conforme sintetizado nos capítulos sobre a definição da ambivalência e o estado da arte acerca desse tema, a ambivalência é “um afeto universal de desconforto produzido por crenças, emoções ou avaliações em conflito acerca de um dado tema ou pessoa”.

Ela não costuma ser vista com uma característica inata de um grupo de pessoas, mas contingente a determinadas condições ambientes nos quais os indivíduos se inserem. De modo mais analítico: as decisões são contingentes a acessibilidade (I) e confiabilidade (II) dos conteúdos políticos, bem como do ambiente político (III) e da natureza das motivações (II) do

indivíduo à medida que ele se informa (LAVINE *et al.*, 2012)²⁸. Essa é a pedra angular das hipóteses construídas.

5.1 Hipóteses

Conforme sintetizado nos capítulos sobre a definição da ambivalência e o estado da arte acerca desse tema, a ambivalência é um afeto universal de desconforto produzido por crenças, emoções ou avaliações em conflito acerca de um dado tema ou pessoa.

Ela não costuma ser vista com uma característica inata de um grupo de pessoas, mas contingente a determinadas condições nas quais os indivíduos se inserem. De modo mais analítico: as decisões são contingentes a acessibilidade (I) e confiabilidade (II) dos conteúdos políticos, bem como do ambiente político (III) e da natureza das motivações (II) do indivíduo à medida que ele se informa (LAVINE *et al.*, 2012)²⁹. Essa é a pedra angular das hipóteses construídas.

Inevitavelmente, por tratar de crenças em conflitos, tratou-se do ambiente de mídia no capítulo 4, uma vez que ele interfere na acessibilidade (I) que os indivíduos têm em relação ao noticiário. Nesse capítulo, fez-se uma descrição da evolução do ecossistema de mídia, no que tange ao debate público e à ambivalência. Nessa descrição, percebeu-se que o ambiente de mídia evoluiu no sentido de personalizar o consumo de mídia, possibilitando aos consumidores mais interessados em política uma exposição mais alinhada à suas preferências ideológicas. Com as novas mídias, cuja interação é mediada pelos algoritmos, os quais produzem fenômenos como Câmara de Eco e Filtro Bolha, essa personalização tende a se tornar mais acentuada. Isso produziu as seguintes hipóteses:

H1: os participantes que consomem mídias sociais, como Facebook e YouTube, e aplicativos de troca de mensagens, como o WhatsApp, terão menores chances de se mostrarem ambivalentes que consumidores de outras mídias mais tradicionais (TV, jornais impressos, revistas, rádio etc).

²⁸ Divisão quanto à natureza das variáveis. I: relativo a ambiente de mídia. II: relativo a pressões motivacionais, como identidade política ou de classe. III: relativo a questões de contexto da tomada de decisão. Nesse último caso, exemplifica-se com a operação lava-jato.

²⁹ Divisão quanto à natureza das variáveis. I: relativo a ambiente de mídia. II: relativo a pressões motivacionais, como identidade política ou de classe. III: relativo a questões de contexto da tomada de decisão. Nesse último caso, exemplifica-se com a operação lava-jato.

Uma vez que este subtítulo trata da definição de um perfil de pessoas, variáveis socio-demográficas não podem ser ignoradas, pois também envolvem a acessibilidade das pessoas a informações políticas (I). Portanto, variáveis socioeconômicas e ambiente de mídia estão constantemente em interação. Este atua indiretamente sobre elas, afetando na ocorrência da ambivalência. A título de exemplo, eleitos dependentes de programas governamentais tendem a ser menos abastados e, portanto, terem menor acesso a plataformas tecnológicas, inclusive em termos de qualidade de smartphones e computadores. Mesmo a atividade laboral interfere no consumo de mídia. Indivíduos de maior renda, em seus ofícios, consomem mais telas, tendo as mídias sociais mais disponíveis que trabalhadores braçais.

É de conhecimento comum nas Ciências Sociais que variáveis como escolaridade e renda afetam a participação política, pois indivíduos de renda mais elevada têm acesso à informação política com maior antecipação, inclusive se decidem antes nas eleições. Assim, tais indivíduos tendem a ter uma identidade política mais cristalizada e, portanto, mais imune a informações divergentes a essa identidade. Isso produziu as seguintes hipóteses:

H2: os participantes de menor renda serão mais ambivalentes

H3: os participantes beneficiários do Bolsa Família serão mais ambivalentes que os demais.

H4: os participantes de maior escolaridade serão menos ambivalentes.

Ainda acerca das motivações do eleitor (II), deve-se destacar as identidades políticas, ou ideologia. Desse modo, por sua natureza deontológica, inevitavelmente ela atua como filtro a partir do qual o eleitor interpreta e julga os eventos políticos. Por conseguinte, tende a servir de filtro que julga a confiabilidade (II) de fontes políticas divergentes à ideologia do eleitor. Esse raciocínio produzia a seguinte hipótese:

H5: os participantes que se definem como de direita ou de esquerda serão menos ambivalentes.

5.2 Descrição das variáveis

5.2.1 Variáveis dependentes

Ambivalência: A mensuração da ambivalência foi realizada a partir da fórmula de Thompson, Zanna e Griffin (2001), que se baseia na seguinte estrutura:

Fotografia 1: Fórmula de Ambivalência

$$Ambivalência_{Ind} = \frac{P+N}{2} - |P - N| \quad (1)$$

Fonte: Lavine (2001)

Sendo que P representa um dos polos de um determinado objeto ou tema, N os aspectos do outro polo e T a subtração de P menos N em módulo, ou seja, não admitindo valor negativo (se isso ocorrer, ao se aplicar a fórmula, o valor é invertido). A primeira estrutura da fórmula, relativa à parte da divisão, mensura a intensidade da ambivalência³⁰; enquanto a estrutura restante, do módulo, mensura o grau de polaridade da ambivalência.

O ESEB solicitou ao entrevistado que respondesse, em uma escala de 0 (“não gosta de jeito nenhum”) a 10 (“gosta muito”), o quanto ele gostava de determinado candidato, seguindo-se a lista de nomes dos candidatos à Presidência da eleição de 2018, bem como de outros nomes que haviam, contemporaneamente, feito parte do debate público do país, como os ex-presidentes Dilma Rousseff e Lula. Assim, mediu-se a ambivalência referentes à disputa do segundo turno e que trata do conflito de ideologias distintas entre Lula (M = 4,53, DP = 4,17, N = 2436), Dilma (M = 2,93, DP = 3,5, N = 2402), Fernando Haddad (M = 3,92, DP = 3,83, N = 2256) e Jair Bolsonaro (M = 5,52, DP = 3,97, N = 2326).

Construiu-se também um índice envolvendo a avaliação do participante acerca dos três nomes associados ao PT: Lula, Dilma e Fernando Haddad (M = 3,83, DP = 3,5, N = 2458). Optou-se por essa estratégia por razões de contexto. Primeiramente, o PT é o partido que cliva as disputas eleitorais à Presidência desde 1989 e é muito vinculado à figura desse ex-presidente; além disso, a consistência dessa medida foi alta (alfa de Cronbach = 0,887), o que nos deu segurança para aplicar esse índice à variável ambivalência.

A título de exemplo, a busca pela resposta ao primeiro objeto terá como um dos índices (P) respostas relativas a uma atitude favorável a um candidato de esquerda (no caso do PT) enquanto que o outro índice trata de respostas relativas a uma atitude de um polo oposto, de direita (N), no caso Jair Bolsonaro. Dado que as respostas são coletadas no formato Likert de 10 pontos (onde “gosta muito” = 10 e “não gosta de jeito nenhum” = 0) um hipotético

³⁰ A divisão se justifica como forma de atenuar possíveis vieses de mensuração presentes na fórmula da qual essa se origina, a fórmula de Kaplan .

participante mais ambivalente seria aquele que respondesse “gosta muito” para candidatos adversários de polos políticos opostos.

A tabela 1 abaixo traz as estatísticas descritivas dos índices de ambivalência criados:

Tabela 1: Estatísticas descritivas: índices de ambivalência

	Média	DP	Min.	Max.	N
Ambivalência (Bolsonaro-Haddad)	-0,93	4,08	-5	10	2184
Ambivalência (Bolsonaro-Lula)	-0,58	4,58	-5	10	2298
Ambivalência (Bolsonaro-Dilma)	-1,32	3,68	-5	10	2280
Ambivalência (Bolsonaro-PT)	-0,81	3,82	-5	10	2313

Fonte: ESEB (2018)

5.2.2 Variáveis independentes

Sociodemográficas: As variáveis sociodemográficas aqui consideradas foram: homem (48%), escolaridade e religião. Os anos de estudo foram medidos numa escala de 1 (primário) a 4 (superior), definindo a escolaridade do entrevistado ($M = 2,6$, $DP = 1,08$). A idade foi medida numa escala de 1 (18–24 anos) a 5 (55 anos ou mais) pontos, definindo a faixa etária do entrevistado ($M = 3,18$, $DP = 1,55$). Foram codificados como indicadores nominais: homens (47,5%), católicos (50%) e evangélicos (32%).

Ideologia: Essa variável foi coletada a partir da questão Q18 do ESEB 2018, na qual se apresentava uma escala de 0 (totalmente de esquerda) a 10 (totalmente de direita) ao entrevistado. Os respondentes que responderam de 0 a 3 foram considerados como de esquerda; 4 a 6 de centro; e 7 a 10 de direita. Sendo assim, 15% dos participantes eram de esquerda, 20,4% de centro e 43,4% de direita.

Consumo de mídia: Essa variável de mídia foi coletada a partir das questões P25 e P26, que questionavam qual meio se utilizavam para se informar sobre política. A partir das delas se discriminou entre os veículos de mídia tradicional – revistas e jornais (8,9%), TV (41,3%), e rádio (4,4%) – e as novas mídias – Facebook (35,7%), Youtube (8,5%) e WhatsApp (14,3%). Não se considerou o Twitter, pois o número de respostas afirmativas de uso foi desprezível, 1,9%, semelhante ao do Instagram.

Discursos antipolítica e antipluralismo. A construção desses dois índices seguiu exatamente os mesmos procedimentos utilizados em Mundim, Vasconcellos e Okado (2022). As respostas às afirmações “A maior parte dos políticos não se importa com as pessoas”, “Os políticos são o principal problema do Brasil” e “A maior parte dos políticos se preocupa apenas

com os interesses dos ricos e poderosos” – na escala de 1 (discorda totalmente) a 5 (concorda totalmente) – foram somadas e compuseram o índice de discurso antipolítica (min. = 3, máx. = 15, M = 12,5, DP = 3, alfa = 0.596). Para o índice de discurso antipluralismo, foram somadas as respostas às afirmações “As minorias deveriam se adaptar aos costumes e tradições do Brasil” e “A vontade da maioria deveria sempre prevalecer, mesmo que prejudique os direitos das minorias” (min. = 3, máx. = 15, M = 8,9, DP = 3,41, alfa = 0,451).

Petista e antipetistas. A partir da metodologia proposta por Samuels e Zucco (2018), foram criados quatro varáveis para a classificação do petismo e do antipetismo dos entrevistados, assim distribuídos: petistas “hard-core” (10,7%), que se identificam com o PT e não gostam de um outro partido; petistas “positivos” (5,7%), que se identificam com o PT e não desgostam de um outro partido; outros partidários antipetistas (9,1%), que são partidários “hard-core” de algum outro partido e não gostam do PT; e puros antipetistas (27,3%), que não se identificam com qualquer outro partido, mas que não gostam do PT.

5.3 Resultados: quem são eles

Foram estimados quatro modelos de regressão linear por mínimos quadrados para traçar um perfil dos eleitores ambivalentes no Brasil. Os resultados encontram-se na tabela 2.

Tabela 2: Determinantes da ambivalência no Brasil

	Bolsonaro- Haddad	Bolsonaro- Lula	Bolsonaro- Dilma	Bolsonaro- PT
Homem	-0.00080 (0.01)	0.025 (0.01)	-0.011 (0.01)	0.0032 (0.01)
Escolaridade	-0.11*** (0.02)	-0.14*** (0.02)	-0.081*** (0.02)	-0.12*** (0.02)
Idade	-0.018 (0.02)	-0.047** (0.02)	-0.037** (0.02)	-0.035 (0.02)
Católica	0.031** (0.02)	0.0070 (0.02)	0.011 (0.01)	0.019 (0.01)
Evangélica	-0.018 (0.02)	0.0040 (0.02)	-0.011 (0.01)	-0.0060 (0.01)
Bolsa família	0.045*** (0.01)	0.054*** (0.01)	0.039*** (0.01)	0.049*** (0.01)
Esquerda	-0.096*** (0.02)	-0.066*** (0.02)	-0.048*** (0.02)	-0.070*** (0.02)
Centro	<i>Ref.</i>			

Direita	-0.11*** (0.01)	-0.068*** (0.02)	-0.083*** (0.01)	-0.089*** (0.01)
NS/NR	-0.086*** (0.02)	-0.059*** (0.02)	-0.069*** (0.01)	-0.072*** (0.02)
Jornais & Revistas	0.0017 (0.02)	-0.016 (0.02)	0.014 (0.02)	-0.0048 (0.02)
Notícias na TV	0.030** (0.01)	0.0059 (0.01)	0.024** (0.01)	0.021 (0.01)
Rádio	0.055 (0.03)	0.070** (0.04)	0.086*** (0.03)	0.085*** (0.03)
Facebook	-0.035*** (0.01)	-0.027 (0.01)	-0.026** (0.01)	-0.028** (0.01)
YouTube	-0.026 (0.02)	-0.047** (0.02)	-0.016 (0.02)	-0.030 (0.02)
WhatsApp	-0.017 (0.02)	0.011 (0.02)	-0.013 (0.02)	-0.0044 (0.02)
Constant	0.38*** (0.03)	0.40*** (0.03)	0.33*** (0.02)	0.38*** (0.02)
N	2142	2253	2236	2266
F	11.4	7.69	7.99	10.6
R2	0.076	0.050	0.058	0.070
adj. R2	0.069	0.043	0.051	0.064

Standard errors in parentheses

Fonte: ESEB (2018)

** p<0.05, *** p<0.01

A religião interferiu apenas no índice Haddad-Bolsonaro entre católicos, que se mostraram mais ambivalentes acerca desses candidatos. Sabe-se que muitas lideranças evangélicas relevantes fizeram campanha em 2018 a favor de Bolsonaro, como Edir Macedo; enquanto lideranças católicas não declararam voto, optando por uma neutralidade política. Isso pode ter propiciado um menor alinhamento político dessa corrente religiosa e maior recepção de conteúdos políticos divergentes, comparada aos protestantes. Todavia, como isso se deu em apenas um dos índices, é preciso cautela acerca dessa afirmação.

A idade mostrou-se significativa em dois índices da ambivalência: Dilma-Bolsonaro e Lula-Bolsonaro. Para entender isso, é preciso contemporizar. Uma pessoa mais velha teve mais contato com informações políticas que uma mais jovem; mais do que isso, a política interfere

de modo consciente em sua vida há mais tempo que uma pessoa mais jovem (seja por questões profissionais ou acadêmicas), em outras palavras, elas se interessam por política há mais tempo, ou pelo menos estão há mais tempo expostas à política, e por isso têm mais informações contrastantes disponíveis em sua memória. Dilma e Lula são figuras anteriores a Haddad, portanto, as pessoas mais velhas tiveram mais tempo para elaborar uma representação mental ou esquema desses atores que de Haddad³¹, isto é, em suas memórias a representação mental que têm de Dilma e Lula está mais cristalizada. Caso em algum momento tenham se sentido ambivalentes, já solucionaram esse desconforto.

As variáveis escolaridade e bolsa família se mostraram estatisticamente significativas em todos os índices da ambivalência. Ao mesmo tempo que a primeira atuou no sentido de reduzir a ambivalência, a segunda o fez no sentido de aumentá-la. Para ambos os casos, há uma convergência com os modelos teóricos e as hipóteses 2 e 4. Como mencionado, a escolaridade, com sua consequente maior exposição constante a posicionamentos políticos ao longo da vida do indivíduo, propicia a construção de uma identidade política. Esta, pós-cristalizada, atua como filtro para interpretação de informações novas que atinjam esse indivíduo. Esse filtro pode atuar no sentido de atenuar avaliações negativas de atores políticos alinhados a tal identidade. Já os indivíduos beneficiários de políticas sociais, por serem menos abastados, e serem menos apresentados a correntes políticas de modo mais formal e constante devido à menor escolaridade, têm menor chance de uma construção de uma identidade política. Suas vidas, inclusive, os direcionam a serem mais pragmáticos na avaliação das opções partidárias, pois são mais afetadas por desempenhos ruins na economia, como em períodos de alta da inflação e elevado desemprego, que pesa muito mais aos mais pobres e menos escolarizados. Em síntese, a identidade política para essas pessoas é algo mais supérfluo diante das condições materiais de vida.

No que tange diretamente à ideologia, esta demonstrou significância estatística e atuou no sentido de reduzir a ocorrência da ambivalência para ambos os espectros políticos e para todos os índices de ambivalência, seja para o indivíduo à direita, seja para o indivíduo à esquerda, confirmando a hipótese 5. Como mencionado nos parágrafos anteriores, essa variável constitui-se como uma representação mais bem-acabada do cenário político, dando pouca margem para dúvidas sobre um cenário de tomada de decisão política. Além disso, a ideologia atua como filtro perceptivo (isso se agrava com o uso de mídias sociais, discutido a seguir), reduzindo a penetração de informações e fontes de informação avessas à identidade política do

³¹ Ainda à época mais restrito ao imaginário dos eleitores paulistas.

eleitor. Tais características reduzem as chances desse tipo de eleitor se tornar ambivalente. Além de demonstrar coerência com a teoria, tal resultado também indica consistência metodológica, uma vez que a ideologia como variável de redução das chances de ambivalência é pedra angular do modelo defendido nos primeiros capítulos.

Em relação às variáveis midiática, novamente houve consonância dos dados com o modelo teórico e as hipóteses dele derivadas. Dividindo-se a tipologia de mídia entre tradicional e novas mídias, apenas as primeiras apresentaram significância estatísticas no sentido de aumentar as chances de ocorrência da ambivalência. A variável “notícias na TV” apresentou correlação estatisticamente significativa em dois índices: Haddad-Bolsonaro e Dilma-Bolsonaro. O rádio por sua vez apresentou significância estatística em três dos quatro índices: Lula-Bolsonaro, Dilma-Bolsonaro, PT-Bolsonaro. Esse resultado, insiste-se, indica a solidez da teoria trazida neste trabalho, seja acerca da caracterização da ambivalência, seja nos apontamentos feitos sobre a importância do ambiente de mídia. Veículos tradicionais, por exigirem um processo mais rigoroso de checagem e apresentação da informação e exaltaram valores como de independência e imparcialidade (em geral), tendem a expor mais seus consumidores a informações negativas e positivas dos diversos atores políticos.

Já as novas mídias apresentaram resultado no sentido oposto, isto é, no sentido de reduzir as chances de ocorrência da ambivalência, também em conformidade com a teoria aqui apresentada. A variável YouTube apresentou resultado significativo no índice Lula-Bolsonaro, enquanto a variável Facebook apresentou significância estatística em três dos quatro índices da ambivalência: Haddad-Bolsonaro, Dilma-Bolsonaro e PT-Bolsonaro. Já o aplicativo WhatsApp não apresentou resultado significativo em nenhum dos índices de ambivalência. Embora isso pareça uma inconsistência do modelo teórico, na verdade, isso o reforça. Ainda que também esteja no grupo das novas mídias, seu uso não é regido por algoritmos. Naturalmente, é possível apontar que os grupos criados dentro dessa plataforma também têm efeito de filtro. Todavia, apenas parte desses grupos é selecionada com base na convergência política.

A título de exemplo, em um grupo “da família”, “do trabalho” ou do “do esporte x”, ainda que haja o predomínio por uma determinada preferência política, sempre é possível que haja algum ou alguns indivíduos que a contestem e também promovam conteúdos de outras ideologias, dificultando fenômenos com câmara de eco ou filtro bolha. Nesse sentido, comparado as outras duas plataformas e pela ausência do mecanismo dos algoritmos, o WhatsApp é uma plataforma *sui generis* dentro das novas mídias, necessitando de estudos mais direcionados. Já as plataformas anteriores, Youtube e Facebook, têm a relação do consumidor com o conteúdo intermediada pelos algoritmos, que propiciam os fenômenos como *news-finds-me-*

perception, filtro bolha e câmara de eco. Todos eles atuam no sentido de reforçar preferência e reduzir a exposição a conteúdo divergente; reduzindo as chances de ocorrência da ambivalência.

Sobre o Facebook se mostrar estatisticamente significativo em três índices, ao passo que o YouTube em apenas um, mesmo ambos usando algoritmos, é preciso recorrer aos estudos de Pasquale (2015; 2017). O autor adverte já há algum tempo sobre a falta de transparência dessas plataformas. Não se sabe ao certo como um programa e faz ajustes em seus algoritmos. Logo, cada plataforma apresenta um algoritmo diferente (PASQUALE, 2017). Deduz-se desse resultado que o algoritmo do Facebook propicia uma exposição de conteúdo ainda mais personalizada e restrita politicamente falando que outras plataformas das novas mídias.

Assim, o modelo aqui apresentado é robusto o suficiente para traçar um perfil esperado de cidadãos que venham a se tornar ambivalentes, com base em condições ambientais, isto é, características sociodemográficas e de consumo de informação. Acerca desse último, retomando a comparação entre mídias tradicionais e novas mídias, os dados confirmam a consistência do Modelo da Aprendizagem Condicional de Markus Prior (2007), pois indica que de fato a estrutura do ambiente de mídia no qual o indivíduo se insere atua fortemente nas suas posições e nos seus aprendizados políticos. Nesta pesquisa, viu-se que a intermediação do algoritmo das novas mídias interfere na ocorrência da relação do consumidor com a notícia e, conseqüentemente, na ocorrência da ambivalência. Portanto, a estrutura da mídia atua como filtro informacional e modela a maneira do usuário lidar com a informação política. Em suma, os vieses produzidos pelas novas mídias elevam de intensidade a exposição seletiva. Esta propicia uma tomada de decisão mais automática e mais baseada em emoção que em cálculo e pesquisa por informação adicional (EYSENCK; KEANE, 2017). Sendo assim, o ambiente de mídia atual é infértil para a ocorrência da ambivalência. Ao se levar em conta que a ambivalência torna o cálculo político mais embasado, mais objetivo, mais independente de preferências pessoais e acentua a competitividade eleitoral (BASINGER; LAVINE, 2005), isso representa um quadro sombrio para a democracia.

6 AMBIVALÊNCIA E VOTO

O objetivo deste capítulo é avaliar o efeito da ambivalência sobre o voto. Em razão disso, a ambivalência passa a ser avaliada tanto de maneira isolado, quanto em interação com outras variáveis, sempre a colocando como variável explicativa do voto (o contrário do capítulo anterior). Para fins de metodologia, a referência estatística para o voto será o candidato vencedor da eleição presidencial de 2018, Jair Bolsonaro (na época, filiado ao PSL). Assim, ao ler os dados, trabalhou-se com a noção de aumentar ou reduzir as chances de se votar nesse candidato.

6.1 Hipóteses

Ao longo de sua trajetória política de mais de 30 anos como congressista, Jair Bolsonaro ficou conhecido por posicionamentos controversos, quando não extremistas. Chegou a defender uma guerra civil que matasse 30 mil, pouco importando a morte de civis inocentes; defesa do regime ditatorial militar que vigorou no país entre 1964 e 1985; defesa de ditadores conhecidos por atrocidades como Pinochet e Strossner, entre tantos outros posicionamentos públicos de comum acesso a qualquer cidadão. A teoria apresentada aqui, por sua vez, defende que a ambivalência atua no sentido de favorecer escolhas moderadas, uma vez que tal variável induz o cidadão a considerar tanto aspectos positivos quanto negativos de uma determinada figura política ou posicionamento ao calcular suas escolhas. Em suma, a ambivalência tende a trazer o eleitor para o centro. Dado que Jair Bolsonaro está mais distante do centro que Fernando Haddad, a ambivalência tende a prejudicar mais o primeiro então candidato. Sendo assim, formulou-se a seguinte hipótese para ambivalência quando analisada de maneira isolado acerca de seu efeito sobre o voto:

H6: eleitores ambivalentes terão menos chances de votar em Jair Bolsonaro em ambos os turnos.

Entre as diversas informações relevantes apresentadas nos capítulos anteriores, está-se de que a ambivalência altera o modo dos indivíduos lidarem com a informação, seja no que se refere à receptividade da informação, seja no que se refere ao processamento da informação. Ela torna a pessoa mais receptiva a informações de fontes diversas, inclusive de fontes não alinhadas a suas preferências, e, com base no conceito de *dual-process*, também altera o tipo de processamento, passa-se de um modo mais automático e rápido para um modo mais atencional,

refletivo, gradual de processar a informações e conseqüentemente de produzir inferências. Tudo isso em conjunto, espera-se, atuaria sobre aspectos identitários, reduzindo-os em intensidade. Nesse sentido, tais premissas produziram a seguinte hipótese para ambivalência quando em interação com outras variáveis ligadas à identidade política:

H7: indivíduos com uma ideologia política alinhada ao voto em Jair Bolsonaro (direita, antipolítica, antipluralismo, antipetista e antipetista puro) têm menos chances de votar nesse candidato quando ambivalentes.

6.3 Resultado – por que a ambivalência importa: eleição presidencial de 2018

Após definir quem são os eleitores ambivalentes no capítulo anterior – de menor escolaridade, mais jovens, participantes do Bolsa Família, não-ideológicos e usuários das mídias tradicionais – passamos agora para a análise do impacto da ambivalência sobre o voto. A variável foi extraída da pergunta “Em quem O(A) SR(A) votou para presidente no primeiro (segundo) turno?”. Atribui-se o valor de 1 para os que declararam ter votado em Bolsonaro, e zero para as demais respostas. No 1º turno, 33,4% dos entrevistados disseram ter votado em Bolsonaro; no segundo turno, 40,8%.

Foram estimados quatro modelos logísticos binários tendo o voto declarado em Bolsonaro como variável dependente. Por simplicidade, optou-se por trabalhar com o indicador de ambivalência Bolsonaro-PT, uma vez que os resultados não divergiram com o uso dos outros índices. Optou-se, também, por criar termos interativos entre o indicador de ambivalência e as variáveis atitudinais. Os resultados encontram-se na tabela 3.

Tabela 3: O impacto da ambivalência sobre o voto em Bolsonaro em 2018

	1º turno	1º turno	2º turno	2º turno
Homem	0.33*** (0.10)	0.33*** (0.11)	0.21** (0.10)	0.18 (0.10)
Escola	-0.033 (0.17)	-0.043 (0.17)	0.10 (0.17)	0.078 (0.17)
Idade	0.41** (0.19)	0.31 (0.20)	0.62*** (0.19)	0.53*** (0.19)
Católica	0.19 (0.15)	0.19 (0.15)	0.24 (0.15)	0.24 (0.15)
Evangélica	0.57***	0.57***	0.50***	0.48***

	(0.16)	(0.16)	(0.15)	(0.16)
Bolsa família	-0.26**	-0.24**	-0.27***	-0.25**
	(0.11)	(0.11)	(0.10)	(0.11)
Esquerda	-0.44**	-0.42**	-0.43**	-0.38**
	(0.18)	(0.18)	(0.17)	(0.17)
Direita	0.65***	0.61***	0.72***	0.72***
	(0.11)	(0.11)	(0.11)	(0.11)
Antipolítica	-0.26	-0.23	-0.25	-0.21
	(0.21)	(0.21)	(0.21)	(0.21)
Antipluralismo	0.50***	0.48**	0.65***	0.62***
	(0.19)	(0.19)	(0.19)	(0.19)
Petista “hard-core”	-2.22***	-2.75***	-2.33***	-3.49***
	(0.47)	(0.69)	(0.43)	(0.92)
Petista positivo	0.31	0.59	0.40	1.00
	(0.61)	(0.83)	(0.55)	(1.05)
Antipetista puro	0.89***	1.04***	0.87***	0.93***
	(0.20)	(0.24)	(0.23)	(0.26)
Antipetista “hard-core”	0.66***	0.34**	1.05***	0.76***
	(0.13)	(0.15)	(0.13)	(0.15)
Jornais & Revistas	0.066	0.075	0.055	0.056
	(0.18)	(0.18)	(0.18)	(0.18)
Notícias na TV	-0.19	-0.18	-0.11	-0.10
	(0.11)	(0.12)	(0.11)	(0.11)
Rádio	0.0015	-0.061	0.16	0.12
	(0.25)	(0.25)	(0.25)	(0.25)
Facebook	0.43***	0.41***	0.40***	0.37***
	(0.13)	(0.13)	(0.12)	(0.13)
YouTube	0.23	0.22	0.47**	0.46**
	(0.20)	(0.20)	(0.20)	(0.20)
WhatsApp	0.62***	0.60***	0.53***	0.52***
	(0.16)	(0.16)	(0.16)	(0.16)
Ambivalência (Bolsonaro-PT)	-1.12***	-1.24***	-0.59***	-0.66***
	(0.23)	(0.25)	(0.22)	(0.25)
Ambivalência × Esquerda	-	0.37	-	0.016
	-	(0.65)	-	(0.59)
Ambivalência × Direita	-	-0.13	-	-0.61
	-	(0.34)	-	(0.32)
Ambivalência × Antipolítica	-	-1.66***	-	-0.81
	-	(0.63)	-	(0.62)
Ambivalência × Antipluralismo	-	0.14	-	-0.47
	-	(0.54)	-	(0.52)
Ambivalência × Petista “hard-core”	-	2.95**	-	4.31***

	-	(1.25)	-	(1.53)
Ambivalência × Petista positivo	-	-0.95	-	-1.48
	-	(1.75)	-	(1.98)
Ambivalência × Antipetista puro	-	1.26	-	1.04
	-	(0.92)	-	(0.96)
Ambivalência × Antipetista “hard-core”	-	-2.37***	-	-2.56***
	-	(0.55)	-	(0.54)
Constante	-1.58***	-0.73	-1.71***	-0.97
	(0.30)	(0.77)	(0.30)	(0.75)
N	2231	2231	2231	2231
Pseudo R2	0.198	0.214	0.221	0.241
Log lik.	-1165.8	-1143.0	-1189.1	-1158.5
Chi2	575.6	621.2	675.6	736.8

Standard errors in parentheses

Fonte: ESEB (2018)

** p<0.05, *** p<0.01

A variável ambivalência foi estatisticamente significativa em todos modelos estimados. Ela apresentou efeito negativo sobre o voto em Bolsonaro, isto é, reduzindo-se as chances de voto nesse candidato, o que confirma a hipótese H6.

Naturalmente, a ambivalência inclina o tomador de decisão a um enfraquecimento de sua primeira opção, ainda que, no caso eleitoral, a escolha esteja vinculada a preferências pessoais. Pode-se afirmar que a confirmação da hipótese se deu em dois aspectos. O primeiro deles dizia respeito ao estado de incerteza. Tomando de empréstimo achados em Neuroeconomia, o paradigma da cognição social aponta que, nesse tipo de estado, os indivíduos tendem a estimular circuitos cognitivos ligados a planejamento e aversão ao risco e desestimular circuitos cognitivos ligados à aceitação do risco e busca por maximização da utilidade. Ocorre, portanto, o que se entende por aversão ao risco. O candidato Jair Bolsonaro, por sua natureza autoritária, em seus discursos pregava uma mudança radical da situação política, quiçá de regime político; o que representava um cenário de risco e incerteza. Assim, o eleitor ambivalente tenderia a rejeitar significativamente mais esse candidato quando comparado ao eleitor univalente, até porque esse primeiro tipo de eleitor já se situava em estado de incerteza.

De maneira isolada, as variáveis de controle atuaram de modo esperado, isto é, as variáveis cujos efeitos principais correspondiam a uma afinidade ou tendência em votar em Bolsonaro o fizeram; bem como variáveis que correspondiam a uma identidade política que rejeitasse o voto em Bolsonaro não o fizeram. Desse modo, ser de direita foi um fator que,

estatisticamente, tinha correspondência com voto em Bolsonaro, assim como antipluralismo, antipetismo puro, antipetismo hard-core, enquanto ser de esquerda tinha correspondência com um voto que não fosse em Bolsonaro, à guisa de ser petista positivo e petista hard-core.

Isso deu segurança para as interações dessas variáveis com a ambivalência, haja vista que se espera que essa última variável atuasse no sentido de reduzir os efeitos das variáveis ligadas à identidade política mencionadas. A única exceção foi ser antipolítica. Mesmo de maneira isolada, ela não tendia ao voto em Jair Bolsonaro. Esperava-se isso tendo em vista que esse candidato foi eleito se utilizando do discurso antipolítica, muitas vezes colocado como *outsider*, isto é, alguém à parte do sistema partidário tradicional. A princípio, pode-se concluir que essa aparente quebra de expectativa signifique que a rejeição à política a atingiu como um todo. Quem se via como antipolítica tendia a rejeitar todos os candidatos, inclusive o candidato vitorioso de 2018.

A interação com a ambivalência com as variáveis atitudinais levou a dois tipos de fenômenos. Em alguns casos, ela anulou efeitos de variáveis que, isoladamente, foram importantes para explicar o voto em Bolsonaro em 2018. É o caso das identidades esquerda e direita, do índice de antipluralismo e do antipetista puro. Em outros, ela inverteu o sinal dos coeficientes estimados. É o caso das variáveis petista hard-core, antipetista raiz e do índice antipolítica. Isso sugere um efeito político considerável da ambivalência sobre a identidade política. Para usar uma expressão de campanha, a ambivalência “vira voto”.

Desse modo, infere-se que de fato a ambivalência atua sobre as identidades políticas das pessoas, interferindo no processo de tomada de decisão. Isso pode se dar tanto no sentido de anulação de uma identidade política, quanto mesmo no sentido de reversão da decisão esperada para uma determinada identidade política quando o indivíduo não se mostra ambivalente; demonstrando que esse fenômeno pode ser uma ferramenta valiosa para os marqueteiros de campanha, quando utilizadas contra seus adversários.

6.4 Síntese: identidade política e voto

Como mostram os resultados da tabela 3, as variáveis associáveis à identidade política têm plena relação com a tomada de decisão eleitoral. Das 8 identidades políticas consideradas, 6 delas apresentaram efeitos estatisticamente significativos sobre o voto para a Presidência da República em 2018. Tal fato anda em sintonia com a tradição literária da ciência política, inclusive com os autores utilizados neste trabalho, que apontam esse tipo de variável como

principal preditor de escolha eleitoral (DOWNS, 1999; LAVINE; JOHNSTON; STEENBERGEN, 2012).

Tudo isso se dá considerando as variáveis associáveis à identidade política de modo isolada. Todavia no ambiente político, as variáveis interagem e, sobretudo, a informação circula (e a desinformação). Sendo assim, ao tomar uma decisão, o eleitor está sob efeito de uma gama de fatores, sejam eles internos, isto é, relativos a própria identidade política que cristalizou ao longo da trajetória do eleitor e das disposições naturais dos indivíduos em construir seu processo de tomada de decisão, tais como motivação política avareza cognitiva, vieses emocionais e cognitivos etc; sejam eles externos, ligados ao ecossistema de mídia juntamente com os vieses produzidos por ele (Câmara de eco, filtro bolha, *news-find-me-perception*) e ao ambiente político (Operação Lava-Jato, por exemplo).

A tabela 4 traz um resumo dos efeitos da interação da variável de ambivalência com as identidades políticas. A ambivalência atuou no sentido de reduzir os efeitos desse tipo de variável, uma vez que leva o indivíduo ao considerar uma maior gama de informações e a um processamento destas mais deliberado e menos automático, o que enfraquece uma decisão inicial, cuja disposição primária é justamente orientada pela identidade política. Das 6 variáveis ligadas à identidade política que, isoladamente, produziram efeitos sobre o voto, a ambivalência reduziu seus efeitos em todas elas. Não apenas isso. Em 4 delas, o efeito foi de anulação da decisão inicial e, em 2, o efeito foi de reversão da decisão inicial. Isto é, não apenas anulou-se a disposição inicial de voto ou rejeição de voto em Jair Bolsonaro, como inverteu essa disposição.

Tabela 4: Efeito da interação da ambivalência sobre variáveis de identidade política atitudinais

	Anulação	Reversão
Esquerda	X	
Direita	X	
Antipluralista	X	
Petista Positivo	-	-
Petista “Hard core”		X
Antipetista puro	X	
Antipetista “Hard core”		X
Antipolítica	-	-

Fonte: autor próprio (2026)

Tal resultado levanta pontos de grande relevância científica e política. Primeiramente, pelo fato de atuar sobre todas as variáveis de identidade política, a ambivalência demonstra que é de fato um complexificador do processo de tomada de decisão do eleitor, pois, como atestado, reduz disposições iniciais de voto. Assim, corrobora-se a explicação defendida aqui que a ambivalência funciona como uma “chave” que muda o tipo processamento de informação quanto a tipologia predominante, seguindo a noção de *Dual-Process* (KAHNEMAN, 2003). Tal dado também sugere que realmente há uma diferença de processo de tomada de decisão entre o eleitor ambivalente e o univalente (GROENENDYK, 2016). Enquanto o primeiro tende a seguir o sistema 2 de processamento, mais lento, em série, mais deliberado, flexível, rigoroso em termos de normas e mais aberto a informações cujas fontes estão foras da preferência política do tomador de decisão, o univalente tende a se decidir mais baseado no sistema 1, que é mais automático, rápido e que tende a ser carregado por maior carga emocional e, no caso do contexto político, mais carregado de identidade política (CRAIG; COSSETTE; MARTINEZ, 2020; EYSENCK; KEANE, 2017).

Outro ponto relevante cujos resultados revelam diz respeito a relação direta entre ambivalência e voto em 2018. Como apresentado, em todos os índices, de ambos os turnos das eleições presidenciais, eleitores ambivalentes se inclinavam a rejeitar o voto em Jair Bolsonaro. Este, historicamente e mesmo em campanha, apresentava discursos de ruptura de uma situação política, mesmo de regime (já defendeu o estabelecimento de uma ditadura militar no país quando deputado). Lavine *et al.* (2012) apontaram que o eleitor ambivalente, mesmo partidário, era mais propenso a buscar mais informações para sua tomada de decisão, mesmo de fontes opostas a suas predisposições política. Por conseguinte, uma das explicações para os resultados mencionados consiste na possibilidade de que os eleitores ambivalentes de 2018, ao se informarem mais sobre o passado de Jair Bolsonaro, indispunham-se a votar nesse candidato, mesmo inclinavam-se a um voto contrário a esse candidato.

Politicamente, esses resultados indicam a necessidade de pesquisadores considerarem a variável da ambivalência em temas envolvendo disputas eleitorais, a fim, inclusive, de se defenderem de críticas injustas acerca de discrepâncias entre resultado de uma pesquisa eleitoral e o resultado da urna. Do lado dos marqueteiros de campanha, os resultados ratificam quão valioso pode ser estimular a ambivalência em parcelas do eleitorado do adversário. Se a ambivalência não produzir o efeito de virar voto – o que é plenamente possível, indicam os dados aqui coletados – ao menos pode produzir abstenções.

7 CONCLUSÃO

Em *The Ambivalent Partisan: How Critical Loyalty Promotes Democracy*, Lavine, Steenbergen e Johnstonn (2012) exaltam o papel de eleitores que venham a se mostrar ambivalentes para o bom funcionamento de uma democracia. Entre as justificativas para isso, os autores apontam para uma tomada de decisão menos baseada em identidade política e mais amparada em questões mais objetivas, como desempenho da economia. Ademais, também apontam que tais eleitores buscam fontes de informações com menor filtro ideológico, levam mais tempo para tomada de decisão e o fazem por um processamento cognitivo mais deliberado, mais gradativo, menos automático e menos baseado em emoção. Por essa razão, são eleitores menos suscetíveis a distorções perceptivas da realidade política. Todas essas características são salutares para o funcionamento da democracia, inclusive porque esses eleitores estão mais dispostos a voltarem atrás em suas decisões. Logo, propiciam uma disputa política que converge para a moderação e para resultados pragmáticos na vida das pessoas, estimulando também a competitividade, vista como fundamental para o funcionamento desse regime por autores como Robert Dahl. Não é sem razão que Lavine *et al.* (2012) apotantam a ambivalência como um fenômeno que produz uma “boa cidadania”.

De acordo com nossos resultados, esse “bom cidadão” no Brasil atual é justamente aquele que é menos escolarizado, mais jovem, beneficiário de políticas públicas (e, portanto, mais pobre), que não possui uma ideologia clara e que se informa mais por mídias tradicionais como o rádio e TV e menos pelas novas mídias como o facebook. Isso ocorre porque são esses os cidadãos que são mais impactados por um governo que se desempenha mal, por exemplo, no controle da inflação e na geração de empregos e cujo pertencimento a uma identidade de classe vinculada a uma ideologia é uma questão supérflua no contexto de suas vidas cotidianas. Por fazerem menor uso das novas mídias, seja por menor acesso, seja porque seu labor diário dificulta o uso delas, estão menos sujeitos à vieses perceptivos catalizados e fortalecidos por algoritmos, os quais acarretariam em uma exposição seletiva mais acentuada que aquela da TV a cabo. Seu cálculo tende a ser mais próximo daquele preconizado pelo modelo da Escolha Racional acerca do eleitor desprovido de fidelidade partidária (DOWNS, 1999), isto é, baseado na utilidade esperada entre as diferentes opções eleitorais, sem um maior constrangimento em rever suas escolhas anteriores, haja vista que a tomada de decisão é mais ligada a condições objetivas de vida e menos a uma representação política, conseqüentemente com menor grau de fidelidade as opções presentes num processo eleitoral, sejam elas ideologias, partidos ou candidatos. Sendo assim, a ambivalência contribuiria o retorno do interesse e inclusive da

participação de eleitores moderados para os embates políticos que se abstiveram nos últimos tempos por falta de interesse no tema.

Este trabalho faz um acréscimo às conclusões de Lavine *et al.* (2012), uma vez que se constatou que a ambivalência de fato interfere no processo decisório para além da competitividade eleitoral. Viu-se que os eleitores mais ambivalentes tinham maiores chances de rejeitar o então candidato Jair Bolsonaro. Esse candidato, como dito anteriormente, tem um histórico de apresentar uma série de posicionamentos antidemocráticos. Sendo assim, embora seja um dado inicial nesse sentido, nossos resultados sugerem que um eleitor ambivalente é mais propenso a rejeitar atores políticos nocivos ao regime democrático. Isso reforça a natureza de *good citizenship* da ambivalência defendida pelos autores. Representam, portanto, uma linha de defesa contra o avanço de candidatos autocráticos.

Essa rejeição pode ocorrer por duas razões. Primeiramente, se o eleitor ambivalente tende a buscar mais informações para se decidir e de fontes mais independentes a suas predisposições políticas (LAVINE; JOHNSTON; STEENBERGEN, 2012), esse tipo de eleitor se inclina a rejeitar candidatos cujo discurso sejam nocivos ao regime democrático. Outra explicação é que esse tipo de eleitor, devido à condição de confusão e incerteza que a ambivalência produz nele, é mais sensível ao cenário de risco que candidatos com discurso de ruptura propicia. Em outros termos, se comportam mais de acordo com a disposição de aversão ao risco, isto é, de serem mais sensíveis a perdas que a possíveis ganhos (KAHNEMAN; TVERSKY, 1984). Enquanto o candidato Fernando Haddad pautou sua campanha a remeter aos governos Lula 1 e Lula 2, portanto a fatos, Jair Bolsonaro, em 2018, inclusive por nunca ter ocupado cargo no Poder Executivo, projetou um futuro hipotético. Logo, o primeiro eliciava certeza; enquanto que o segundo, incerteza. Os eleitores ambivalentes, por conseguinte, dado ao efeito de aversão ao risco, predispunham-se a rejeitar o voto em Bolsonaro.

Tomando mão dos estudos em neuroeconomia³², o paradigma da Cognição Social aponta que em contextos de ambiguidade na tomada de decisão, circuitos cognitivos ligados à planejamento e ao afeto de medo se fortalecem nos indivíduos, enquanto os circuitos cognitivos voltados para perspectiva de ganho, de retorno de utilidade esperada, se inibem (HSU *et al.*, 2005). Candidatos classificados como antidemocráticos ou extremistas pela ciência política justamente têm cenários de ruptura e mudança radical de regime em seus discursos, o que favorece a incerteza e mesmo ativa a aversão ao risco em eleitores mais sensíveis a esse efeito. Ao analisar eleitores ambivalentes, explica-se, então, por que os dados coletados aqui sugerem

³² Neste trabalho, apresentada em conjunto com o paradigma da cognição social, capítulo

que a ambivalência prejudica a tendência de voto em um candidato extremista como Jair Bolsonaro.

No contexto eleitoral de 2018, além de representar uma ruptura brusca, esse candidato prometia algo novo, e ainda que projetasse um cenário hipotético bom, representava uma incerteza. Tratava-se do oposto do então candidato Fernando Haddad, que buscava sempre remeter seu hipotético governo à gestão Lula de 2003 a 2010. Isso, além de apontar para um período positivo, remete-se a eventos que de fato ocorreram, ensejando a um maior grau de certeza no cidadão. Assim, o candidato petista buscou induzir os eleitores a fazerem um cálculo eleitoral retrospectivo, baseado em fatos, enquanto a campanha de Jair Bolsonaro buscou induzir os eleitores a um cálculo prospectivo baseado em um cenário hipotético – o primeiro tipo de cálculo, sublinha-se, tem maior efeito preditor (DOWNS, 1999). Os eleitores ambivalentes, por já estarem em uma condição de incerteza, se encaminharam para o primeiro tipo de cálculo, cuja tendência era a uma maior sensação de segurança psicológica, uma vez que era calcado em fatos, que são dados mais precisos da realidade política. Lavine *et al.* (2012) já havia apontado que eleitores ambivalentes confiam menos em estratégias projetivas para avaliar o cenário político.

Ironicamente, candidatos com esse perfil costumam projetar esse cenário de incerteza e medo, compatível com eles próprios, nos adversários. No Brasil, por exemplo, foi comum, pela campanha de Jair Bolsonaro, o alerta de uma “ameaça comunista” caso o PT ganhasse as eleições de 2018. Isso exalta a relevância de uma percepção precisa da realidade política pelo eleitorado. A ambivalência, em disputas eleitorais, justamente atua nessa direção, levando a percepções mais precisas dos eventos políticos, inclusive porque leva o eleitor a dar atenção a fontes de informação que estão fora do seu enquadramento político inicial (LAVINE *et al.*; 2012).

Por outra vertente, também se exalta o papel dos veículos de mídia mais tradicionais e profissionais em contraste com as novas mídias. Estas, como mencionado, tendem a produzir uma série de fenômenos que prejudicam a ocorrência da ambivalência e, conseqüentemente, uma percepção precisa da realidade, tais como filtro bolha, câmara de eco e *news-find-me-perception*. Os resultados aqui encontrados corroboram esse raciocínio, assim como valorizam as mídias mais tradicionais pois foi apenas entre elas que os resultados apresentaram correlação estatisticamente significativa com a ambivalência no sentido de favorecê-la, enquanto que, no sentido inverso de reduzir as chances de ocorrência da ambivalência, os veículos de mídia que apresentavam esse efeito encontravam-se todos dentro das novas mídias.

Desse modo, neste período de recessão democrática, é fundamental preservar e, se possível, potencializar esse tipo de cidadania. Naturalmente, reduzir renda e escolaridade não são opções (nem desejável é), mas atuar sobre as novas mídias é. Nesse sentido, medidas como as apontadas por Pasquale (2015, 2017) são ações viáveis. Entre elas, pode-se citar maior clareza sobre denúncias feitas pelos próprios usuários sobre conteúdo falso ou criminoso, inclusive com maior fiscalização humana e menos automatizada, bem como, e principalmente, maior transparência sobre os algoritmos que medeiam a relação dos usuários com o público, a fim de que se possa atuar no sentido de reduzir vieses com filtro bolha e câmara de eco. Afinal, como ficou patente, a presença de eleitores ambivalentes é o indicador de qualidade do funcionamento de uma democracia, pois favorecem a competitividade entre as elites políticas e tornam mais difícil o sucesso de candidatos cujo discurso remete à ruptura desse regime.

No que se refere ao efeito conjugado da ambivalência com identidades políticas, as conclusões são ainda mais excitantes do ponto de vista teórico e do jogo eleitoral. Como mencionado, na maioria das análises estatísticas feitas, quando a ambivalência não anulou o efeito das identidades políticas, ele chegou a reverter as escolhas alinhadas a essas identidades. Em síntese, ela obrigou os indivíduos a reverem decisões feitas de maneira mais automática baseadas estritamente em suas preferências ideológicas para as tomarem considerando um arcabouço maior de informações, ainda que não em convergência com suas expectativas ou desejos. Em palavras de Zaller (1992), ativou-se o axioma da recepção; ou ativou-se o Princípio da Acurácia (LAVINE *et al.*, 2012). O desconforto inerente à ambivalência induz o cidadão a lidar com a decisão de um modo mais atencioso e refletivo.

Tal resultado vai ao encontro do trabalho envolvendo as eleições americanas de 2008, onde a ambivalência foi a única variável que levou os indivíduos mais partidários a votarem em candidatos de um partido adversário ao de sua preferência (LAVINE *et al.*, 2012). Como se percebe, há uma coerência externa do que foi apresentado aqui, uma vez que trabalhos de contextos políticos diferentes apresentaram resultados convergentes.

Isso demonstra dois elementos salutares deste trabalho. Há robustez metodológica e teórica. Quanto à última, a coerência entre a maioria das expectativas e os resultados estatísticos demonstra a viabilidade da intersecção teórica feita, isto é, entre o paradigma da Cognição Social, advindo da psicologia social, a Psicologia Política exercida por Howard Lavine e o paradigma da Teoria da Escolha Racional. Logo, o conceito de ambivalência é uma ponte sólida entre modelos de diferentes áreas, mas que, em comum, tem uma formulação econômica, isto é, formulam suas sentenças em função de maximizar os resultados (ou utilidade) a partir dos menores recursos possíveis. A convergência das hipóteses com os resultados aqui obtidos,

insiste-se, demonstra a viabilidade dessa intersecção e do objetivo aqui apresentado de unir Psicologia Social, Psicologia Política e Ciência Política. Assim, alcançou-se o objetivo teórico aqui proposto. Espera-se que esse sucesso enseje novos trabalhos que visem à intersecção dessas áreas.

Em termos de operacionalização de pesquisa, os resultados sobre a neutralização ou mesmo reversão do efeito de identidades políticas sobre a tomada decisão pela ambivalência alertam para importância de medição desse fenômeno em pesquisas de opinião. A título de exemplo, essa medição pode auxiliar no sentido de evitar eventuais discrepâncias entre pesquisas de opinião e resultado eleitorais, apontando-se resultados mais prováveis.

Quanto à dimensão midiática, os resultados aqui colhidos apontam que de fato o ambiente de mídia interfere na ocorrência da ambivalência, mais especificamente de que as novas mídias propiciam uma experiência mais personalista e restrita do ponto de vista da visão política, isto é, acentuam a outro patamar a exposição seletiva. Este trabalho reforça a necessidade de se escrutinar a relação dessas mídias e seus algoritmos com a crise da democracia. Tal ambiente de mídia reduz a possibilidade de atuação da ambivalência, que se mostra uma ferramenta valiosa para a competitividade eleitoral, no distencionamento social causada pela polarização política atual e de linha de defesa da democracia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVAREZ, Michael R.; BREHM, John. American Ambivalence Towards Abortion Policy: Development of a Heteroskedastic Probit Model of Competing Values. **Source: American Journal of Political Science**, v. 39, n. 4, p. 1055-82, 1995. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2111669> Acesso em: 14 abr. 2023.

AUCLAIRE, P. A. Public attitudes toward social welfare expenditures. **Social Work**, v. 29, n. 2, p. 139–144, 1984.

BASINGER, S. J; LAVINE, H. Ambivalence, Information, and Electoral Choice. **American Political Science Review**, v. 99, n. 2, p. 169-84, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/S0003055405051580> Acesso em: 14 abr. 2023.

BAUM, M. A.; KERNELL, S. Has Cable Ended the Golden Age of Presidential Television? **American Political Science Review**, v. 93, n. 1, p. 99–114, 1999. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2585763> Acesso em: 16 abr. 2023.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Editora: Schwarcz-Companhia das Letras, 1999.

BAZZANELLA, S. L. O conceito de ambivalência em Zygmunt Bauman. **Cadernos Zygmunt Bauman**, v. 2, n. 4, 2012. Disponível em: <http://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/bauman/article/view/1648>. Acesso em: 17 abr. 2023.

BLEULER, E. Dementia Praecox or the Group of Schizophrenias (translated by J. Zinkin, 1950). New York: International Universities Press. BLEULER, M.(1974). The long-term cause of the schizophrenic psychoses. **Psychological Medicine**, v. 4, p. 244–54, 1911.

BOCCAGNI, P.; KIVISTO, P. Introduction: Ambivalence and the social processes of immigrant inclusion. **International Journal of Comparative Sociology**, v. 60, n. 1–2, p. 3–13, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0020715219835886> Acesso em: 17 abr. 2023.

BOEHM, C. Ambivalence and compromise in human nature. **American Anthropologist**, v. 91, n. 4, p. 921–39, 1989.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2014 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. – Brasília : Secom, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/> Acesso em: 17 abr. 2023.

BUFFINGTON, D. T. Us and Them: U.S. Ambivalence Toward the World Cup and American Nationalism. **Journal of Sport and Social Issues**, v. 36, n. 2, p. 135–154, maio 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0193723511433861> Acesso em: 15 abr. 2023.

CACIOPPO, J. T.; BERNTSON, G. G. Relationship between attitudes and evaluative space: A critical review, with emphasis on the separability of positive and negative substrates. **Psychological Bulletin**, v. 115, n. 3, p. 401, 1994. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-2909.115.3.401> Acesso em: 15 abr. 2023.

- COLLIER, D. **The Comparative Method: Two Decades of Change**, 1991.
- COOPER, J.; STONE, J. **Cognitive dissonance and the social group**. 2000.
- CRAIG, S. C.; COSSETTE, P. S.; MARTINEZ, M. D. Partisan Ambivalence and Electoral Decision Making. *American Review of Politics*. v. 37, n. 1, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.15763/issn.2374-779X.2020.37.1.1-28> Acesso em: 17 abr. 2023.
- CULKIN, J. M. **A schoolman's guide to Marshall McLuhan**. *Saturday Review*, n. March, 18, p. 51–3, 1967.
- DAHL, R. A. **A Preface to Democratic Theory**. University of Chicago Pres, 1956.
- DAVIS, J. Social Media and Experiential Ambivalence. **Future Internet**, v. 4, n. 4, p. 955–70, 26 out. 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/fi4040955> Acesso em: 15 abr. 2023.
- DOWNS, A. **Uma Teoria Econômica da Democracia**. Editora: EDUSP; 1ª edição, 1999.
- BROWN, E. **Human Universals. Theory in Social and Cultural Anthropology: An Encyclopedia**, 1991.
- EYSENCK, M. W.; KEANE, M. T. **Manual de Psicologia Cognitiva**. Editora : Artmed; 7ª edição, 2017.
- FELDMAN, S.; ZALLER, J. The Political Culture of Ambivalence: Ideological Responses to the Welfare State. **American Journal of Political Science**, v.36, n. 1, p .268-307, 1992. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2111433> Acesso em: 15 abr. 2023.
- FERREIRA, A. V.; RIOS, J. R. A. C. Filtro bolha, câmara de eco e a formação de opiniões extremas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 40., 4-9 set. 2017, Curitiba (PR). Anais... São Paulo: Intercom, 2017. Tema: Intercom 40 anos: comunicação, memórias e historicidades. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/44732> Acesso em: 15 abr. 2023.
- FESTINGER, L. **A theory of cognitive dissonance**. tanford university press, 1962.
- FISCHER, P.; GREITEMEYER, T. A new look at selective-exposure effects: An integrative model. **Current Directions in Psychological Science**, v. 19, n. 6, p. 384–9, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0963721410391246> Acesso em: 10 abr. 2023.
- FISKE, S. T.; TAYLOR, S. E. **Social cognition From Brains to culture**. 2017.
- FORMIGA, N. S. **Ambivalencia das atitudes preconceituosas frente aos grupos sociais minoritários brasileiros ambivalence of the attitudes ahead in the minorities social groups** brazilian. [S.l: s.n.], 2015. Disponível em: www.psicologia.com.pt.
- FREE, L. A.; CANTRIL, H. The Political Beliefs of Americans: A Study of Public Opinion. By Lloyd A. Free and Hadley Cantril. **American Political Science Review**, v. 62, n. 4, p. 1345–6, 1968. Disponível em: https://www.cambridge.org/core/product/identifier/S0003055400303938/type/journal_article. Acesso em: 28 mar. 2023.

FUSSELL E. Warmth of the Welcome: Attitudes toward Immigrants and Immigration Policy. **Annual Review of Sociology**, v. 40, p. 479–98, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071913-043325> Acesso em: 17 abr. 2023.

GAINOUS, G.; CRAIG, S. C.; MARTINEZ, M. D. Social Welfare Attitudes and Ambivalence about the Role of Government. **Politics e Policy**, v. 36, n. 1, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1747-1346.2008.00147>. Acesso em: 26 mar. 2023.

GASQUE, K. C. G. D. **Percepções e estratégias relacionadas ao “viés de confirmação” por pesquisadores no processo de busca e uso da informação.** 2020.

GROENENDYK, E. The anxious and ambivalent partisan: The effect of incidental anxiety on partisan motivated recall and ambivalence. **Public Opinion Quarterly**, v. 80, n. 2, p. 460–79, 2016.

HOCHSCHILD, J. L. **Disjunction and ambivalence in citizens’ political outlooks. Reconsidering the democratic public**, p. 187–210, 1993. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/poq/nfv083> Acesso em: 17 abr. 2023.

HOLLANDER, B. A. Out or Tuning From 1998 To 2006. **Journalism & Mass Communication**, v. 85, n. 1, p. 23–40, 2008.

HOUAISS. **Dicionário.** 2023. Disponível em: https://houaiss.uol.com.br/corporativo/apps/uol_www/v6-1/html/index.php#1. Acesso em: 28 mar. 2023.

LAVINE, H. B.; LATANK, B. A Cognitive-Social Theory of Public Opinion Dynamic Social Impact and Cognitive Structure. **Journal of Communication**, v. 46, n. 4, p. 48-56, 1996. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01504.x> Acesso em: 17 abr. 2023.

HSU, Ming et al. Neural systems responding to degrees of uncertainty in human decision-making. **Science**, v. 310, p. 1680, 2005. Disponível em: <https://link.gale.com/apps/doc/A141168191/HRCA?u=anon~d14097e6&sid=googleScholar&xid=36003f28> . Acesso em: 17 abr. 2023.

JACOBY, W. G. **Is it really ambivalence? Public opinion toward government spending. Ambivalence and the structure of political opinion**, p. 149–72, 2005.

JAMIESON, K. H.; CAPPELLA, J. N. **Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment**, 2008.

JOHNSTON, C. D.; LAVINE, H.; WOODSON, B. Emotion and Political Judgment: Expectancy Violation and Affective Intelligence. **Political Research Quarterly**, v. 68, n. 3, p. 474–92, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1065912915593644> Acesso em: 17 abr. 2023.

JONAS, K.; BROEMER, P.; DIEHL, M. Attitudinal Ambivalence. **European Review of Social Psychology**, v. 11, n. 1, p. 35–74, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14792779943000125> Acesso em: 15 abr. 2023.

KAHNEMAN, D. A Perspective on Judgment and Choice: Mapping Bounded Rationality. **American Psychologist**, v. 58, n. 9, p. 697–720, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.58.9.697> Acesso em: 16 abr. 2023.

KAHNEMAN, D.; SLOVIC, P.; TVERSKY, A. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. **Science**, v.185, n. 4157, p. 1124-31, 1982.

KAHNEMAN, D; TVERSKY, A. Choices, values, and frames. **American Psychologist**, v. 39, p. 341–50, 1984.

KIM, Y. M. *et al.* Ambivalence Reduction and Polarization in the Campaign Information Environment: The Interaction Between Individual- and Contextual-Level Influences. **Communication Research**, v. 40, n. 3, p. 388–416, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0093650211431884> Acesso em: 15 abr. 2023.

LARSEN, J. T.; MCGRAW, A. P. Further evidence for mixed emotions. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 100, n. 6, p. 1095–1110, 2011. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/a0021846> Acesso em: 15 abr. 2023.

LAVINE, H. *et al.* On the Primacy of Affect in the Determination of Attitudes and Behavior: The Moderating Role of Affective-Cognitive Ambivalence. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 34, n. 4, p. 398-421, 1998. Disponível em: <https://doi.org/10.1006/jesp.1998.1357> Acesso em: 17 abr. 2023.

LAVINE, H. The Electoral Consequences of Ambivalence toward Presidential Candidates. **American Journal of Political Science**, v. 45, n. 4, p. 915-29, 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2669332> Acesso em: 15 abr. 2023.

LAVINE, H. G.; JOHNSTON, C. D.; STEENBERGEN, M. R. **The Ambivalent Partisan: How Critical Loyalty Promotes Democracy**. The Ambivalent Partisan: How Critical Loyalty Promotes Democracy, p. 1–318, 2012.

LAVINE, H.; GSCHWEND, T. Issues, party and character: The moderating role of ideological thinking on candidate evaluation. **British Journal of Political Science**, v. 37, n. 1, p. 139–63, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/S0007123407000075> Acesso em: 17 abr. 2023.

LAVINE, H.; SNYDER, M. Cognitive Processing and the Functional Matching Effect in Persuasion: The Mediating Role of Subjective Perceptions of Message Quality. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 32, n. 6, p. 580-604, 1996. Disponível em: <https://doi.org/10.1006/jesp.1996.0026> Acesso em: 16 abr. 2023.

LIMA, A. B. **Comunicação política e novas mídias digitais** : Identificando processos de informação política no Ciberespaço, 2014.

LIPSET, S. M. **The first new nation**: The United States in historical and comparative perspective. Transaction publishers, 1967.

LUTTRELL, A.; PETTY, R. E.; BRIÑOL, P. Ambivalence and certainty can interact to predict attitude stability over time. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 63, p. 56–68, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jesp.2015.11.008> Acesso em: 15 abr. 2023.

MANIN, B. **As Metamorfoses Do As Metamorfoses Do Governo Representativo (*)**. p. 1–21, 2018.

MANIN, B. **The Principles of Representative Government.** The Principles of Representative Government, 1997.

MANSON, L. **Uncivil Agreement:** How Politics Became Our Identity. Public Integrity, 2019

MARCUS, G. E.; NEUMAN, W. R.; MACKUEN, M. **Affective intelligence and political judgment.** University of Chicago Press, 2000.

MCCLOSKEY, H.; ZALLER, J. The American ethos: Public attitudes toward democracy and capitalism. Cambridge, MA: Harvard University Press. McFarland, SG (1989). Religious orientations and the targets of discrimination. **Journal for the Scientific Study of Religion**, v. 28, p. 324–36, 1984.

MCGRAW, K. M; BARTELS, B. Ambivalence toward American political institutions: Sources and consequences. **Ambivalence and the structure of political opinion**, p. 105–26, 2005. Disponível em: https://doi.org/10.1057/9781403979094_6 Acesso em: 15 abr. 2023.

MCGREGOR, I.; MARIGOLD, D. C. Defensive zeal and the uncertain self: What makes you so sure? **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 85, n. 5, p. 838, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.5.838> Acesso em: 17 abr. 2023.

MICHAEL ALVAREZ, R.; BREHM, J. Are Americans Ambivalent Towards Racial Policies? **American Journal of Political Science**, v. 41, n. 2, p. 345-74, 1997. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2111768> Acesso em: 16 abr. 2023.

MICHAELIS. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa.** 2023. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/ambival%C3%Aancia/> Acesso em: 23 mar. 2023.

MUNDIM, P. S. *et al.* Bolsa Família, informação e preconceito: uma análise com o uso de experimentos. **Revista do Serviço Público**, v. 70, n. 4, p. 551-75, 2019. Disponível em: <https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/3288>. Acesso em: 17 abr. 2023.

NORDGREN, L. F.; VAN HARREVELD, F.; VAN DER PLIGT, J. Ambivalence, discomfort, and motivated information processing. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 42, n. 2, p. 252–8, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2005.04.004> Acesso em: 14 abr. 2023.

PASQUALE, F. A esfera pública automatizada. Título original: The Automated Public Sphere. **Revista eletrônica do programa de mestrado em Comunicação**, n. 39, p. 35–17, 2017. Disponível em: http://mediacommons.futureofthebook.org/tne/pieces/anonymous-lulz-%0Ahttps://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3067552.

PASQUALE, F. **The black box society:** The secret algorithms that control money and information. Harvard University Press, 2015.

POPKIN, S. L. Changing Media and Changing Political Organization: Delegation, Representation and News. **Japanese Journal of Political Science**, v. 8, n. 1, p. 71–93, 2007.

PRIESTER, J. R; PETTY, R. E. The gradual threshold model of ambivalence: relating the positive and negative bases of attitudes to subjective ambivalence. **Journal of personality**

and social psychology, v. 71, n. 3, p. 431, 1996. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.71.3.431> Acesso em: 17 abr. 2023.

PRIOR, M. **Post-Broadcast Democracy how media choice increases inequality in Political Involvement and Polarizes Elections**, 2007.

RANNEY, M.; THAGARD, P. **Explanatory coherence and belief revision in naive physics**. Pittsburgh Univ pa Learning Research and Development Center, 1988.

REICH, T.; CHRISTIAN WHEELER, S. The good and bad of ambivalence: Desiring ambivalence under outcome uncertainty. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 110, n. 4, p. 493–508, 1 abr. 2016. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/pspa0000047> Acesso em: 15 abr. 2023.

RENNÓ, L. AMES, B. PT no purgatório: ambivalência eleitoral no primeiro turno das eleições presidenciais de 2010. **Opin. Publica**, v. 20, n. 1, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-62762014000100001> Acesso em: 16 abr. 2023.

RODRIGUES, A.; ASSMAR, E. M. L.; JABLONSKI, B. **Psicologia social**. Editora Vozes, 2022.

SHIFFRIN, R. M.; SCHNEIDER, W. Controlled and automatic human information processing: II. Perceptual learning, automatic attending and a general theory. **Psychological Review**, v. 84, n. 2, p. 127, 1977. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-295X.84.2.127> Acesso em: 16 abr. 2023.

SHUFELDT, G. Party–Group Ambivalence and Voter Loyalty: Results From Three Experiments. **American Politics Research**, v. 46, n. 1, p. 132–168, 1 jan. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1532673X17705854> Acesso em: 15 abr. 2023.

SLATER, M. D. Reinforcing Spirals Model: Conceptualizing the Relationship Between Media Content Exposure and the Development and Maintenance of Attitudes. **Media Psychology**, v. 18, n. 3, p. 370–95, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/15213269.2014.897236> Acesso em: 16 abr. 2023.

SMELSER, N. J. The rational and the ambivalent in the social sciences* 1997 Presidential Address. **American Sociological Review**, v. 63, p.1-16, 1997.

SPOHR, D. Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. **Business Information Review**, v. 34, n. 3, p. 150–60, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0266382117722446> Acesso em: 16 abr. 2023.