
Cadernos ASLEGIS

ISSN 1677-9010 / www.aslegis.org.br

É possível prever o resultado de eleições analisando a face dos políticos?

Sérgio Senna Pires¹

Resumo

A comunicação é um intenso processo de interação no qual compartilhamos mensagens, ideias, emoções e com o qual podemos influenciar, decisivamente, o comportamento das pessoas. A atual pesquisa científica tem mostrado que a comunicação não verbal pode ter um impacto tão grande ou até mesmo maior do que aquilo que se diz. Nesse artigo, apresentaremos alguns estudos recentes que trazem à tona alguns critérios de eleição polêmicos e nunca antes estudados no campo da Psicologia. São pesquisas na temática da comunicação não verbal, que enfocam alguns aspectos sobre como a aparência física de um político pode causar impacto nas decisões dos eleitores.

Palavras-chave

Linguagem corporal na política; comunicação não verbal; aparência física; processo eleitoral.

Abstract

Communication is an intense process of interaction in which messages, ideas, and emotions are shared among people. The current scientific research has shown that nonverbal communication can perform an impact as great or even greater than what is verbally said. In this article we present some recent studies that bring out some new and controversial studies in the field of psychology. It's the research on the topic of nonverbal communication, focusing on some aspects of how the physical appearance of a politician may influence voters' decisions.

¹ Psicólogo, possui especializações nas áreas de educação, segurança e políticas públicas, doutor em psicologia. Trabalhou para a ONU na verificação de violação de direitos humanos. Foi vice-presidente e secretário do Conselho Regional de Psicologia da 1ª Região e é membro da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional. No campo acadêmico, desenvolve trabalhos nas temáticas da comunicação não verbal e da participação infanto-juvenil nos processos decisórios e promoção da cultura de paz na escola. É consultor legislativo da Câmara dos Deputados na área XVII (segurança pública e defesa nacional).

Keywords

Nonverbal communication; body language in politics; physical appearance; the electoral process.

1. Introdução

A comunicação é um intenso processo de interação no qual compartilhamos mensagens, ideias, emoções e com o qual podemos influenciar, decisivamente, o comportamento das pessoas. A pesquisa científica atual tem mostrado que a comunicação não verbal pode ter um impacto tão grande ou até mesmo maior do que aquilo que se diz.

Nesse artigo, apresentaremos alguns estudos recentes que trazem à tona alguns critérios de eleição polêmicos e nunca antes estudados no campo da Psicologia. São pesquisas na temática da comunicação não verbal que enfocam alguns aspectos sobre como a aparência física de um político pode causar impacto nas decisões dos eleitores.

Na política, a comunicação é fundamental, uma vez que os políticos atuam como procuradores daqueles que os elegeram. Exercem, portanto, muitas funções nas quais é primordial o uso competente da negociação, da persuasão, da narrativa e da argumentação sobre fatos.

Esse conjunto de funções exige do político habilidades especiais no campo da comunicação. Assim, o uso consciente da comunicação tende a facilitar o alcance dos seus objetivos junto aos públicos de interesse.

Acredita-se que o próprio processo democrático eleitoral sirva como um marco de habilitação para aqueles que conseguem melhor comunicar as suas ideias junto ao eleitor. Sob esse ponto de vista, o político eleito pode se considerar como sobrevivente de um processo darwiniano de seleção natural, onde os mais aptos, segundo a lógica do eleitor, sobrevivem. Porém, quais serão os aspectos decisivos dessa lógica?

Nesse contexto, quase todos os políticos estão cientes da importância dos gestos, da posição do corpo e das expressões faciais durante sua interação com o público e com a imprensa. O que pode ser novidade para os brasileiros é o fato de que elementos da face de um político podem ser determinantes para o seu êxito eleitoral, o que é o objeto desse artigo.

2. A Comunicação Não Verbal

De forma geral, quando pensamos em comunicação, emprestamos maior relevância à verbalização. Parece que as palavras expressas têm uma concretude que não nos escapa à consciência. No entanto, existem outras dimensões comunicativas que são importantes para a compreensão dos fenômenos da linguagem, dos processos psicológicos e da interação entre os seres humanos.

Nesse contexto, a comunicação não verbal pode parecer abstrata, misteriosa e dependente de um complexo processo interpretativo. Entretanto, as pesquisas científicas atuais evidenciam que seu uso competente é tão ou mais importante de que o domínio da linguagem verbal.

Birdwhistell (1985), distinto antropólogo e um dos pioneiros no estudo da comunicação não verbal, considerava que apenas parte do significado social de qualquer interação correspondia ao campo da comunicação verbal. Sua observação se baseava no fato do ser humano utilizar diversos sentidos para perceber o mundo, ocasionalmente lançando mão das palavras verbalizadas para ser compreendido.

A comunicação não verbal sempre exerceu um grande fascínio sobre os seres humanos, pois existe uma aura de mistério em torno das habilidades necessárias para a sua interpretação consciente. Além disso, parece que, no imaginário humano, quando se observa e interpreta corretamente a comunicação não verbal, a pessoa tem acesso à verdade e às emoções efetivamente experimentadas.

Os campos de estudo da comunicação não verbal são variados e envolvem todas as manifestações de comportamento não expressas por palavras: os gestos; expressões faciais; orientações do corpo; as posturas; a aparência física; a relação de distância entre os indivíduos; a modulação da voz; e, até mesmo, a organização dos objetos no espaço.

Presente, portanto, em nosso cotidiano, é difícil ter plena consciência de sua expressão, uma vez que muitas de suas manifestações estão ligadas ao nosso Sistema Nervoso Autônomo (Ekman e Friesen, 2003). Fato é que sua presença foi retratada em nossas obras de arte ao longo dos milênios, o que é mais um indicador de sua relevância.

Knapp (1972), em uma tentativa de sistematizar os campos da comunicação não verbal, propôs o seguinte:

- a) cinésica (movimento do corpo);
- b) proxêmica (uso e organização do espaço físico);
- c) paralinguagem (modificação das características sonoras da voz);
- d) tacêsica (linguagem do toque); e
- e) características físicas (forma e aparência do corpo).

Se considerarmos que a compreensão da fala é apenas uma parte do processo comunicativo, torna-se possível entender que expressões e manifestações corporais são elementos essenciais em um processo mais amplo. A avaliação da

aparência física constitui-se, portanto, numa camada na decodificação das mensagens recebidas durante as interações que uma pessoa mantém que enfatiza as características faciais e seus possíveis significados.

É necessário alertar que, ao utilizarmos a palavra “camada”, não se deseja criar uma precedência entre os campos ou dimensões da comunicação. Apenas destacar a influência recíproca que mantém entre si. O próprio Birdwhistell (1967) acreditava que a comunicação consistia no conjunto de todas essas dimensões, verbais e não verbais.

A preponderância de um sobre o outro dependerá das crenças e valores da pessoa que analisa as mensagens percebidas. Se essa pessoa acreditar que a comunicação não verbal revela a verdade, aí estará firmado o seu critério avaliativo. Caso contrário, diminuirá a relevância da linguagem corporal e se aterá, prioritariamente, ao que foi dito.

3. Os estudos sobre a influência da aparência física na eleição de um candidato.

Todos os estudos na área da aparência física em comunicação não verbal se baseiam no pressuposto de que as pessoas podem inferir as características de alguém através de elementos faciais (isso não tem nenhuma relação com os estudos de fisionomia ou frenologia que tentam relacionar as características físicas à personalidade dos sujeitos).

Constituem-se, distintamente, em esforço para elucidar o processo interpretativo que uma terceira pessoa conduz quando vê a face de alguém que lhe é desconhecido. O ponto de vista é apenas da pessoa que o interpreta, não tendo essa interpretação qualquer relação com a personalidade ou comportamento da pessoa que é avaliada.

Recentemente, pesquisadores vêm indicando que esses julgamentos, além de ocorrerem, acontecem em frações de segundo. Amambady e Rosenthal (1992) sugerem que os julgamentos sobre o caráter de alguém pode ocorrer quando contemplamos a face de alguém por 30 segundos. Em outro estudo, Bar; Neta; Linz (2006) concluem que 39 milissegundos são suficientes para recolhermos informações e formarmos opinião sobre alguém.

Estudos como estes não procuram descobrir se os julgamentos são acertados, mas buscam levantar se a impressão formada é suficiente para predizer o resultado eleitoral.

Em todos eles, a estratégia metodológica é semelhante. Fotos de políticos são apresentadas aos pares para pessoas que não os conhecem. Após uma rápida

olhada no par de fotos, questiona-se a pessoa sobre qual lhe parece mais competente. Os resultados então são tabulados e comparados com o das eleições.

Nesse contexto, Armstrong et al. (2010) realizaram uma pesquisa com estudantes Australianos e da Nova Zelândia, aos quais mostraram candidatos norte-americanos. Os resultados da pesquisa foram coerentes com a vitória de Barack Obama nas últimas eleições. Seus achados sugerem que os partidos políticos podem se beneficiar ao disporem de candidatos que possuam as características faciais que nos comunicam competência.

Anteriormente, Todorov; Mandisodza; Goren; Hall (2005) realizaram um estudo com desenho metodológico bastante similar, em que conseguiram uma previsibilidade perto de 70% em 32 processos eleitorais cujos resultados não eram conhecidos pelos sujeitos da pesquisa.

Em outro estudo, Ballew e Todorov (2007), reuniram imagens de candidatos em eleições estaduais para verificar se apenas a aparência poderia definir o resultado de um pleito.

O teste foi realizado em três fases. Semelhantemente aos outros estudos, os sujeitos analisaram fotos de candidatos que lhes eram desconhecidos. Na primeira fase, pares de imagens do candidato vencedor e perdedor de 89 eleições anteriores foram mostradas por apenas 100 milésimos de segundo e as pessoas deveriam fazer um rápido julgamento sobre qual lhes parecia o mais competente.

Na segunda, o tempo de exposição das fotos foi ampliado para 250 milésimos de segundo e o julgamento deveria ser feito após alguma reflexão. Em ambos os casos, o candidato escolhido, na maioria das vezes, foi o mesmo que havia vencido nas eleições.

Na terceira fase, os pesquisadores refizeram os testes duas semanas antes do dia da votação estadual, em 2006. Neste caso, os participantes tinham todo o tempo que desejassem para definir, apenas pela aparência, quem parecia ser mais competente. Duas semanas depois, o resultado das eleições mostrou que o escolhido no teste também foi o escolhido no voto popular.

Mais recentemente, Poutvaara; Jordahl; Bergreen (2009) concluíram que, para o caso dos candidatos masculinos, a percepção de competência era um melhor preditor do êxito eleitoral. No entanto, o mesmo não ocorria com as candidatas do sexo feminino, ficando a percepção de beleza como estatisticamente mais significativa na qualidade de preditor do sucesso feminino nas urnas. Nesse mesmo tema, King e Leigh (2009) encontram correlações significativas quanto à beleza, em ambos os sexos, como preditor para o êxito eleitoral.

Antonakis e Dalgas (2009) realizaram um estudo com 841 sujeitos (81% deles crianças pequenas), atingindo resultado de 71% de previsibilidade dos

resultados eleitorais. Uma diferença metodológica importante foi que, para as crianças, a pergunta realizada era: quem você escolheria para ser capitão do seu barco? Esses pesquisadores concluíram que as inferências sobre a competência de alguém podem ser aprendidas desde a tenra infância.

4. Conclusão

Nosso objetivo nesse artigo era apenas apresentar alguns estudos que inovam na pesquisa sobre o comportamento da preferência do eleitor.

Apesar da polêmica que o tema pode causar, entendemos que é salutar estudar todos os aspectos que possam influenciar no processo de construção das democracias representativas.

Os trabalhos científicos apresentados indicam que, não importando o que dizem, as pessoas julgam as outras com base na aparência, ainda que não estejam plenamente conscientes disso.

A relevância do tema está relacionada com as consequências desse processo expedito de escolha, uma vez que ele pode influenciar, decisivamente, o resultado eleitoral, sendo, então, possível que não sejamos tão racionais ao escolhermos nossos representantes.

É importante ressaltar que os estudos aqui apresentados não tentam demonstrar que todos os eleitores votam por impulso ou sem levar em consideração suas crenças e valores, mas sim que existem elementos ainda não bem esclarecidos e que são relacionados com a percepção da competência, o que influencia decisivamente o resultado eleitoral.

Os estudos ainda estão em seus primórdios e tenta-se levantar quais seriam essas características da face que interpretamos como indicadores de competência.

Referências

- Ambady, N., & Rosenthal, R. (1992). Thin slices of expressive behavior as predictors of interpersonal consequences: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 111, 256–274.
- Antonakis, J., & Dalgas, O. (2009). Predicting elections: Child's play! *Science*, 323 (5918), 1183.
- Armstrong, J. S., Green, K.C., Jones, Randall J. and Wright, M. (2010): Predicting elections from politicians' faces. *International Journal of Public Opinion Research* v. 22, 4. 511-522.

- Atkinson, M. D., Enos, R. D., & Hill, S. J. (2009). Candidate faces and election outcomes: Is the face-vote correlation caused by candidate selection? *Quarterly Journal of Political Science*, 4, 229–249.
- Ballew, C. C. e Todorov, A. (2007). Predicting political elections from rapid and unreflective face judgments. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the USA*, 104, 17948–17953.
- Bar, M., Neta, M., & Linz, H. (2006). Very first impressions. *Emotion*, 6, 269–278.
- Berggren, N., Jordahl, H., & Poutvaara, P. (2010). The looks of a winner: Beauty and electoral success. *Journal of Public Economics*, 94, 8–15.
- Birdwhistell, R. (1967). Some body motion elements accompanying Spoken American English. In L. Thayer (Ed.), *Communication: concepts and perspectives*. Washington: Spartan Books.
- Birdwhistell, R.L. (1985) *Kinesics and context: essays on body motion communication*. 4.ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Ekman, P & Friesen, W. (2003). *Unmasking the face*. Cambridge: Malor Books.
- King, A., & Leigh, A. (2009). Beautiful politicians (Discussion Paper 616). The Australian National University, Centre for Economic Policy Research. De <http://econrsss.anu.edu.au/pdf/DP616.pdf>.
- Knapp, M.L. (1972). *Nonverbal communication in human interaction*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Poutvaara, P., Jordahl, H., & Berggren, N. (2009). Faces of politicians: Babyfacedness predicts inferred competence but not electoral success. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45, 1132–1135.
- Rosenberg, S. W., Bohan, L., McCafferty, P., & Harris, K. (1986). The image and the vote: The effect of candidate presentation on voter preference. *American Journal of Political Science*, 30, 108–127.
- Todorov, A., Mandisodza, A. N., Goren, A., & Hall, C. C. (2005). Inferences of competence from faces predict election outcomes. *Science*, 308, 1623–1626