

## O voto dos indecisos nas democracias recentes: um estudo comparado\*\*

Este artigo analisa a indecisão eleitoral nas democracias recentes. Vários estudos têm evidenciado que a lógica de voto deste segmento do eleitorado se diferencia de forma significativa dos eleitores mais estáveis, sem todavia alcançarem conclusões definitivas acerca do fenómeno. Depois de caracterizar o perfil dos indecisos em Espanha, Grécia e Portugal, examinam-se os factores mais importantes que contribuem para interpretar as opções deste segmento do eleitorado. Os resultados indicam que as predisposições ideológicas desempenham um papel fundamental, enquanto os factores de curto prazo têm um peso secundário, sobretudo para os eleitores de direita.

**Palavras-chave:** tempo da decisão eleitoral; indecisos; comportamento eleitoral; Europa do Sul.

### **Late deciders' voting in recent democracies: a comparative study**

This paper examines the characteristics of late deciders in recent democracies. Several studies have emphasized the distinct rationale that characterizes the choices of undecided voters compared to more stable electors. Yet, there are controversial results with regard to the main factors that explain late deciders' voting. After analysing the specific traits of undecided voters in Spain, Greece and Portugal, this study investigates the main determinants of the time of vote decision. The findings suggest that political predispositions are particularly important in explaining differences between types of voters, while short-term factors have a marginal role, especially for right-wing voters.

**Keywords:** time of vote decision; late deciders; electoral behaviour; Southern Europe.

## INTRODUÇÃO

O fenómeno da indecisão eleitoral tem assumido uma relevância crescente nas democracias contemporâneas. A maior distância entre eleitores e partidos, a diminuição do peso das clivagens tradicionais sobre o compor-

---

\* ICS, Universidade de Lisboa, Av. Professor Aníbal de Bettencourt, 9, 1600-189 Lisboa, Portugal. e-mail: marcolisi@sapo.pt

\*\* O autor gostaria de agradecer a Carlos Jalali e a um *referee* anónimo da revista *Análise Social* os comentários à versão anterior do texto. Agradeço também aos coordenadores do projecto "Comportamento Eleitoral dos Portugueses" a disponibilização dos dados relativos ao inquérito pós-eleitoral de 2005.

tamento dos eleitores e, paralelamente, o aumento da importância dos factores de curto prazo são elementos que tornaram cada vez mais central este segmento do eleitorado. Os indecisos convertem-se no alvo principal da acção dos partidos, na tentativa de influenciarem e condicionarem as escolhas dos eleitores durante a campanha eleitoral. A maior difusão dos meios de comunicação e a introdução das novas tecnologias constituem, porém, fortes incentivos para a mobilização e a persuasão dos eleitores indecisos durante as campanhas. O facto de os actores políticos concentrarem os esforços — financeiros e organizativos — nas últimas semanas que antecedem o voto demonstra não apenas a convicção de que é possível persuadir este grupo de eleitores, mas também que as escolhas destes eleitores determinam de forma crucial o desfecho da competição eleitoral. É frequente, de facto, que durante as campanhas eleitorais a atenção dos partidos e dos *media* se concentre sobre os indivíduos que ainda não decidiram a sua opção de voto.

Na maioria das democracias consolidadas, a tendência para o aumento da indecisão eleitoral é confirmada por recentes estudos baseados em inquéritos de opinião (Dalton, McAllister e Wattenberg, 2000, p. 48). Em geral, nas democracias contemporâneas regista-se uma maior “disponibilidade” eleitoral através da crescente proporção de eleitores que não dispõem de uma orientação de voto estável e ponderam a sua escolha durante a campanha<sup>1</sup>. Este fenómeno reflecte-se na tendência para o aumento da volatilidade eleitoral, quer a nível agregado, quer a nível individual (Mair, 2002; Dalton, McAllister e Wattenberg, 2000, p. 44).

Para além da crescente importância quantitativa, a indecisão eleitoral é um fenómeno que do ponto de vista qualitativo apresenta também características interessantes. De facto, estudos empíricos têm sublinhado a particularidade deste segmento do eleitorado e a sua importância nas dinâmicas eleitorais (Chaffee e Choe, 1980; Gopoian e Hadjiharalambous, 1994; Hillygus Shields, 2008). Por isso, a análise da indecisão contribui para compreender melhor o comportamento dos eleitores e a estratégia de mobilização dos partidos.

Quais são os factores que podem explicar o fenómeno da crescente instabilidade eleitoral? Segundo a literatura, são dois os processos que estão na origem da relevância assumida pela indecisão eleitoral. O primeiro relaciona-se com a maior importância dos factores de curto prazo como determinantes do comportamento dos eleitores, aumentando assim a dis-

---

<sup>1</sup> O termo “disponibilidade” é utilizado por Bartolini (1999), que distingue a predisposição dos eleitores para mudar as suas opções eleitorais (indecisão) da “volatilidade eleitoral”, que se refere aos eleitores “flutuantes”, isto é, aos indivíduos que mudam efectivamente as suas preferências entre duas eleições sucessivas. Neste artigo, a expressão “instabilidade eleitoral” diz respeito, quando não especificado, aos dois fenómenos.

ponibilidade eleitoral. O segundo baseia-se na influência dos *mass media* e no processo de modernização das campanhas eleitorais.

Os factores tradicionais que contribuem para formar as predisposições dos indivíduos, limitando assim as opções de voto disponíveis, tornaram-se mais débeis, acabando por exercer apenas um impacto reduzido sobre os eleitores. É o caso, por exemplo, da identificação partidária ou das tradicionais clivagens sociais que tiveram um papel importante na estabilização do eleitorado pelo menos até à década de 70 do século passado (Lipset e Rokkan, 1967; Thomassen, 2005). Deste ponto de vista, os eleitores tornaram-se progressivamente “livres de escolher”, para parafrasear o título de um importante contributo publicado em meados dos anos 80 (Rose e McAllister, 1986). A principal consequência destas transformações ao nível dos comportamentos eleitorais é o maior peso adquirido pelos factores de curto prazo, sobretudo através do papel desempenhado pelos líderes e pela percepção da situação económica.

O segundo processo que afecta o fenómeno da indecisão eleitoral refere-se às transformações das modalidades de comunicação adoptadas pelos actores políticos. Os eleitores estão cada vez mais expostos à influência dos meios de comunicação, sobretudo durante a campanha eleitoral, pela multiplicação dos recursos de informação e pela maior eficácia por parte das forças políticas na identificação dos “alvos” eleitorais (Farrell, 1996; Norris, 2000). O declínio organizativo dos partidos é acompanhado por um uso mais sofisticado dos meios de comunicação, de acordo com a estratégia eleitoral dos actores políticos (Bowler e Farrell, 1992; Rohrschneider, 2002). A crescente importância das ligações directas entre líderes e eleitores — muitas vezes baseadas apenas nos traços pessoais — e a utilização das técnicas de *marketing* contribuem para aumentar a ambivalência e a incerteza dos indivíduos.

Tradicionalmente, os estudos sobre este segmento do eleitorado nas democracias avançadas têm sublinhado o seu carácter relativamente pouco sofisticado. Segundo esta interpretação, estes eleitores procuram atalhos informativos que possam orientar as suas opções, sobretudo durante as campanhas eleitorais. Neste sentido, como seria de esperar, os factores que mais afectam este segmento do eleitorado dependem da conjuntura e do contexto, isto é, a exposição aos meios de comunicação e as informações que recebem sobre os temas das campanhas e sobre os principais líderes (Chaffee e Choe, 1980; Chaffee e Rimal, 1996; Fournier *et al.*, 2004). Em particular, a avaliação da situação económica e o desempenho do governo são informações de “baixo custo” que estão facilmente disponíveis para todos os eleitores e que são particularmente úteis para orientar as preferências eleitorais mesmo dos menos atentos e dos menos informados.

Apesar destas considerações, o conhecimento sobre o perfil do eleitorado indeciso e sobre os mecanismos que influenciam o tempo de decisão e as

implicações deste fenómeno no funcionamento das democracias é escasso e muitas vezes contraditório. Para além do facto de não terem uma identificação partidária, os eleitores indecisos parecem caracterizar-se por uma lógica aleatória que inclui quer uma componente mais racional (ou utilitarista), quer uma dimensão mais afectiva (McAllister, 2002). Porém, outra questão controversa na literatura é o grau de envolvimento destes eleitores. Por um lado, sendo eleitores mais “desalinhados” e independentes, há incentivos para uma participação activa nas campanhas para procurar informações; por outro, esta indecisão pode ser apenas o reflexo de uma maior apatia e distanciamento da esfera política.

As democracias recentes da Europa do Sul constituem os casos mais apropriados para investigar as características da indecisão eleitoral. Em primeiro lugar, porque os partidos emergiram sem uma forte ligação à sociedade civil, sem uma consistente “encapsulação” organizativa e apresentando conotações ideológicas diluídas (Diamandouros e Gunther, 2001; Van Biezen, 2003). Em segundo lugar, a súbita difusão do meio televisivo, que se realizou durante a instauração da democracia, favoreceu uma maior independência dos eleitores, incentivando o aumento da instabilidade eleitoral. As consequências mais evidentes destes dois processos são os elevados níveis de volatilidade eleitoral registados durante as primeiras décadas dos regimes democráticos (Gunther, 2004). Deste ponto de vista, se compararmos as democracias recentes e as democracias mais avançadas, podemos considerar dois cenários alternativos: por um lado, dado o impacto significativo dos factores de curto prazo para ambos os grupos de eleitores, a lógica da indecisão eleitoral poderá não ser diferente da adoptada pelos indivíduos mais resolutos; por outro, a divergência entre os diferentes tipos de eleitorado poderá ser ainda mais evidente, pois haverá uma mais profunda diferenciação entre eleitores centrais — mais informados e mais partidários — e eleitores periféricos ou desalinhados.

Este artigo procura analisar o fenómeno da indecisão eleitoral na Espanha, na Grécia e em Portugal. Os dados utilizados consideram as últimas duas eleições para as quais estão disponíveis inquéritos eleitorais<sup>2</sup>. Esta estratégia permite distinguir as tendências comuns, por um lado, e as características específicas de cada campanha eleitoral, por outro. Através da comparação é possível também examinar o peso relativo das predisposições políticas em

---

<sup>2</sup> As bases de dados consideradas são: Portugal, CEAPP, 2002 e 2005; Espanha, CIS, n.ºs 2384 e 2559 para as eleições de 2000 e 2004, respectivamente; Grécia, CNEP, 1996 e 2004. Apenas os inquéritos gregos são dados de painel. Como outros estudos realizados sobre este fenómeno (Dalton, McAllister e Wattenberg, 2000), assume-se aqui que os eleitores conheçam o momento em que tomam as decisões. Apesar dos (potenciais) problemas já evidenciados por estudos anteriores (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1944; Plumb, 1986), o “tempo da decisão” é uma variável normalmente utilizada nos estudos sobre o comportamento eleitoral.

relação aos factores de curto prazo nos diversos tipos de eleitorado. Como se caracteriza a lógica de voto dos indecisos em relação aos eleitores resolutos? Há uma convergência em termos das características sociais e políticas deste segmento do eleitorado? Quais os factores mais importantes que influenciam o fenómeno da indecisão eleitoral e quais as consequências em termos das opções eleitorais? Estas são as perguntas principais às quais este estudo procura responder. As hipóteses centrais da argumentação são basicamente duas. Em primeiro lugar, a lógica de voto dos indecisos é substancialmente distinta da dos eleitores mais resolutos. Isto significa que os factores que, normalmente, contribuem de forma significativa para explicar o voto dos indivíduos mais estáveis não são suficientes para interpretar o comportamento dos indecisos. Este grupo de eleitores é, por isso, mais sensível ao contexto político e às especificidades das campanhas eleitorais, apresentando características distintas no que diz respeito aos mecanismos cognitivos (sofisticação política) e afectivos (apatia e envolvimento político) das escolhas eleitorais (Barisione, 2001). Por conseguinte, a segunda hipótese que se pretende explorar neste artigo é que nas democracias recentes o fenómeno da indecisão eleitoral está estritamente dependente dos factores de “curto” prazo, nomeadamente a exposição aos meios de comunicação e o desempenho dos governantes. A maior “imprevisibilidade” deste grupo do eleitorado estimula uma maior volatilidade e oscilação das preferências eleitorais com base não apenas na “oferta” partidária, mas também na capacidade de os actores políticos e outros intermediários influenciarem as opções dos indivíduos. Compreender a indecisão eleitoral contribui para interpretar também as características das campanhas eleitorais e das escolhas dos eleitores e para esclarecer a lógica deste tipo de eleitorado nas democracias consolidadas.

Na secção seguinte considera-se o carácter “atípico” dos indecisos, evidenciando a diferente capacidade dos factores estruturais em explicar o comportamento eleitoral deste grupo de eleitores. Na terceira secção procura-se traçar o perfil dos eleitores indecisos do ponto de vista das características sociodemográficas e das atitudes políticas. Na quarta secção exploram-se os factores que mais influenciam o fenómeno da indecisão, examinando de seguida o papel dos indecisos nas campanhas eleitorais, nomeadamente no que diz respeito às opções de voto. Finalmente, na última secção resumem-se os resultados principais deste estudo e o seu contributo para a análise do comportamento eleitoral e para o funcionamento das democracias contemporâneas.

## O ELEITORADO INDECISO: UMA LÓGICA DE VOTO *SUI GENERIS*?

Como se relaciona o fenómeno da indecisão eleitoral com os paradigmas tradicionais utilizados para explicar o comportamento eleitoral? Para verificar

se a lógica de voto do eleitorado indeciso é diferente da dos eleitores mais estáveis testou-se o mesmo modelo explicativo para os dois grupos distintos<sup>3</sup>. Este modelo de base inclui fundamentalmente dois blocos. O primeiro considera apenas as variáveis de controlo, ou seja, o género, a idade, a educação e a frequência religiosa. Para além das componentes sociodemográficas, incluiu-se também a dimensão esquerda-direita e o interesse pela política. O segundo bloco de factores, por outro lado, contém algumas das variáveis normalmente consideradas mais próximas do acto eleitoral (Campbell *et al.*, 1960), nomeadamente a avaliação da economia, o desempenho do governo e a simpatia dos líderes<sup>4</sup>. A variável dependente baseia-se no voto nos principais partidos, utilizando por isso o método de regressão multinomial, que apresenta a vantagem de não subestimar o impacto dos factores sociodemográficos<sup>5</sup>.

O primeiro dado importante é que a variância total explicada é consideravelmente menor para os indivíduos que tomam as suas decisões durante a campanha do que para os eleitores mais resolutos (gráfico n.º 1). Em geral, considerando apenas as características sociodemográficas e as variáveis políticas “fundamentais”, podemos notar que este modelo se aplica melhor ao eleitorado estável, enquanto para os indecisos a variância explicada é relativamente baixa. A única excepção (parcial) é o caso das eleições em Portugal em 2002, nas quais a capacidade explicativa do modelo para o eleitorado indeciso é apenas ligeiramente inferior à variância explicada para os eleitores resolutos (70% e 73,8%, respectivamente). Este facto pode ser interpretado pela antecipação do acto eleitoral, que aumentou o nível de incerteza para os eleitores, assim como pela escassa popularidade dos protagonistas da campanha (Lobo, 2004), diminuindo as diferenças entre os dois grupos de eleitores.

Outro ponto a sublinhar é o diferente peso das dimensões consideradas na variância explicada. Segundo os estudos sobre o comportamento eleitoral, é previsível que as variáveis sociodemográficas tenham uma influência marginal em relação às atitudes políticas (Niemi e Weisberg, 2001; Lewis-Beck *et al.*, 2008). Em geral, as regressões efectuadas confirmam que a importância das dimensões atitudinais é muito superior às variáveis de

---

<sup>3</sup> Por eleitorado indeciso compreendem-se aqui os eleitores que tomam a sua decisão de voto durante os trinta dias que antecedem o acto eleitoral.

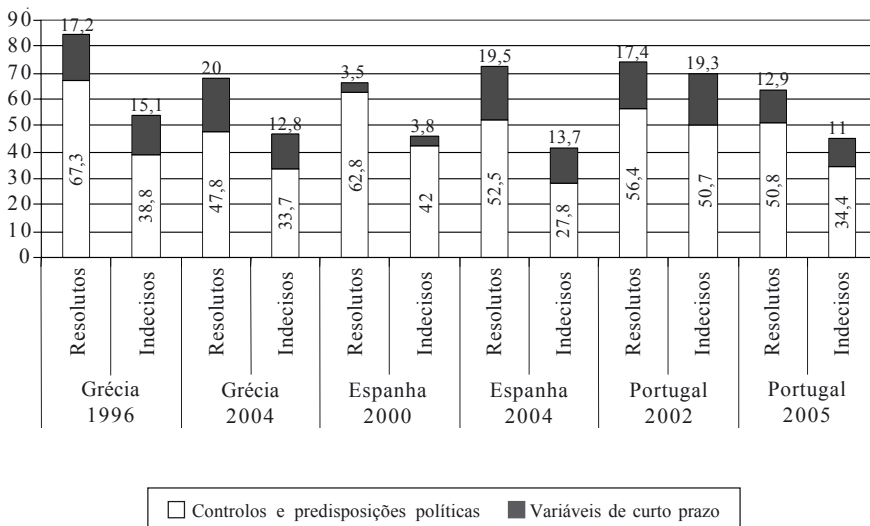
<sup>4</sup> Como indicador da avaliação económica considera-se a percepção da situação económica actual ou passada. A simpatia do líder é medida através da avaliação do líder do partido no governo (v. o apêndice para a operacionalização das variáveis).

<sup>5</sup> As categorias de referência são os partidos ou coligações de governo (incumbentes). Nos gráficos apresenta-se apenas a equação que diz respeito aos principais partidos de oposição. Esta opção, para além de ser oportuna para uma apresentação parcimoniosa dos resultados, justifica-se sobretudo pelo facto de os eleitores indecisos serem caracterizados por um perfil marcadamente moderado (v. a secção seguinte). Os dados para os outros partidos estão disponíveis contactando o autor.

controlo. No entanto, as duas dimensões que se referem às predisposições políticas (ideologia e interesse pela política) são, na maioria dos casos considerados, as duas componentes principais, contribuindo para explicar em grande medida as orientações básicas de voto dos dois tipos de eleitores. Mas a questão que cumpre evidenciar é que há diferenças significativas entre os dois grupos do eleitorado, demonstrando mais uma vez que o paradigma eleitoral dos indecisos é consideravelmente mais complexo do que o do eleitorado estável. Como é previsível, a lógica de decisão dos votantes resolutos é captada de forma bastante satisfatória através das tradicionais dimensões consideradas nos estudos sobre o comportamento eleitoral. Por outro lado, é normal que os eleitores que decidem durante a campanha sejam mais influenciados por elementos conjunturais que dependem das características das campanhas e dos factores de curto prazo. Para ter um exemplo das diferenças entre os dois segmentos do eleitorado é suficiente observar o caso da Espanha (2004), em que a variância explicada pelas dimensões “básicas” é de 52,5% no caso dos indivíduos resolutos e cerca de 28% para os indecisos, ou das eleições gregas de 1996, em que a diferença no impacto destas variáveis entre os dois grupos é de 30 pontos percentuais.

Variância total explicada para os eleitores indecisos e resolutos

[GRÁFICO N.º 1]



**Nota:** Os valores indicam, por cada componente considerada, o aumento da variância explicada ( $R^2$  incremental) através de dois modelos de regressão multinomial (modelo 1: variáveis sociodemográficas e predisposições políticas; modelo 2: variáveis de curto prazo). A variável dependente é o voto nos principais partidos parlamentares.

**Fonte:** Grécia: CNEP, 1996 e 2004; Espanha: CIS, n.º 2384 (2000) e n.º 2559 (2004); Portugal: CEAPP, 2002 e 2005.

O quadro n.º 1 mostra em maior detalhe as componentes do voto para os dois grupos distintos. Apenas um conjunto muito restrito de factores resulta estatisticamente significativo na explicação do voto para os eleitores indecisos. Pelo contrário, as tradicionais determinantes do comportamento eleitoral aplicam-se de forma satisfatória aos indivíduos mais resolutos, aumentando significativamente a capacidade explicativa do modelo. Com a excepção da ideologia e do efeito dos líderes, o eleitorado indeciso apresenta uma lógica substancialmente diferente da dos eleitores mais estáveis. Porém, é difícil encontrarmos um paradigma comum que se possa aplicar às várias eleições aqui analisadas. Estas considerações levantam pelo menos duas questões que merecem ser sublinhadas. Em primeiro lugar, as determinantes “clássicas” do comportamento eleitoral têm uma utilização limitada quando aplicadas aos eleitores indecisos. Por outras palavras, é necessário reconhecer a heterogeneidade do eleitorado e as diferenças que os eleitores integram e com as quais respondem às forças de longo e curto prazo. Em segundo lugar, o voto do eleitorado mais instável parece seguir uma lógica aleatória que varia em cada eleição e que não é estrangido pelas tradicionais âncoras eleitorais. Para além da possibilidade de que determinadas eleições sejam marcadas por acontecimentos conjunturais — como, por exemplo, a dissolução antecipada do parlamento que se verificou nas eleições portuguesas de 2002 e 2005, ou os ataques em Março de 2004 em Espanha —, cada campanha eleitoral apresenta importantes diferenças no que diz respeito aos principais líderes políticos, aos temas abordados pelos partidos e pelos meios de comunicação e também pela diferente estratégia de competição adoptada pelos actores (Nir e Druckman, 2008). Estes elementos podem constituir atalhos cognitivos ou afectivos particularmente úteis para os eleitores que entram na campanha sem uma clara predisposição eleitoral. Neste sentido, como sublinham Box-Steffensmeier e Kimball (1999), o facto de os elementos utilizados para explicar o voto do eleitorado resolutivo não conseguirem explicar o voto dos indecisos é um sinal de que as campanhas eleitorais exercem algum efeito ou que os indivíduos que adiam as suas decisões são claramente distintos do resto do eleitorado. É esta a questão que será aprofundada na secção seguinte.

## AS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS E POLÍTICAS DOS INDECISOS

Depois de ter comparado a lógica dos eleitores indecisos e do eleitorado resolutivo, esta secção apresenta uma caracterização dos primeiros através de um conjunto de variáveis sociodemográficas e políticas que permitem uma primeira aproximação à individualização do paradigma que melhor explica o fenómeno da indecisão eleitoral. A este propósito, a literatura divide-se em relação às características dos eleitores indecisos, contrapondo um modelo de



A lógica de indecisão nas democracias recentes (regressão multinomial: voto nos principais partidos da oposição)

[QUADRO N.º 1]

	Espanha 2000 (PSOE)		Espanha 2004 (PSOE)		Grécia 1996 (ND)		Grécia 2004 (ND)		Portugal 2002 (PSD + CDS)		Portugal 2005 (PS)	
	Resolutos	Indecisos	Resolutos	Indecisos	Resolutos	Indecisos	Resolutos	Indecisos	Resolutos	Indecisos	Resolutos	Indecisos
Género . . . . .	n. s.	n. s.	n. s.	1,058* (0,562)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	-0,671** (0,317)	n. s.	0,796*** (0,256)	n. s.
Idade . . . . .	0,138** (0,050)	n. s.	0,902* (0,349)	n. s.	0,453** (0,176)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	-0,208** (0,088)	n. s.
Escolaridade . . . . .	-0,160** (0,056)	n. s.	-0,262** (0,109)	-0,300*** (0,089)	0,186** (0,086)	n. d.	n. d.	n. d.	n. s.	0,419* (0,036)	-0,155** (0,058)	n. s.
Religiosidade . . . . .	-0,231*** (0,060)	-0,303** (0,115)	0,327** (0,114)	n. s.	0,524* (0,293)	0,529* (0,315)	n. s.	n. s.	0,317** (0,103)	n. s.	n. s.	n. s.
Ideologia . . . . .	-1,746*** (0,078)	-1,066*** (0,139)	-0,917*** (0,119)	-0,608** (0,214)	1,004*** (0,135)	0,851*** (0,144)	0,542*** (0,065)	0,345** (0,116)	0,705*** (0,092)	0,947** (0,383)	-0,534*** (0,061)	-0,375*** (0,073)
Interesse pela política . . . . .	n. d.	n. d.	n. s.	n. s.	0,384* (0,216)	n. s.	0,287** (0,122)	n. s.	0,663** (0,213)	n. s.	0,480*** (0,154)	n. s.
Avaliação da economia . . . . .	-1,100*** (0,117)	n. s.	n. s.	n. s.	-0,872*** (0,256)	-0,465* (0,265)	n. d.	n. d.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Desempenho do governo . . . . .	n. d.	n. d.	-3,167*** (0,312)	-0,935** (0,320)	n. d.	n. d.	n. d.	n. d.	-0,927*** (0,275)	-5,864** (2,036)	-1,261*** (0,195)	-0,667** (0,232)
Simpatia do líder . . . . .	-0,128** (0,034)	-0,234** (0,075)	-0,492*** (0,087)	-0,390* (0,146)	-0,947*** (0,114)	-0,498*** (0,155)	-0,587*** (0,046)	-0,457*** (0,088)	-0,672*** (0,077)	-0,821*** (0,254)	-0,341*** (0,043)	-0,283*** (0,069)
Constante . . . . .	11,777*** (0,665)	5,770*** (1,202)	16,695*** (1,909)	9,929*** (2,836)	-4,170** (1,985)	-4,128** (1,950)	0,012 (0,728)	0,596 (1,332)	0,341 (1,493)	4,954 (5,103)	7,158*** (0,979)	4,955** (1,231)
Pseudo R <sup>2</sup> (Nagelkerke) . . . . .	66,3 (2562)	45,8 (450)	72,0 (1355)	41,5 (250)	84,5 (519)	53,9 (255)	67,8 (881)	46,5 (200)	73,8 (508)	70,0 (69)	63,7 (857)	45,4 (404)

\*  $p < 0,1$ ; \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$ ; n. s.: não significativo; n. d.: não disponível.

**Nota:** A categoria de referência das regressões multinomiais é sempre o partido/coligação no governo (incumbentes). Os resultados aqui apresentados referem-se apenas às equações relativas aos principais partidos da oposição. Em cada célula são reportados coeficientes betas e, entre parênteses, os erros-padrão. Reportam-se aqui os valores mais elevados do factor de inflação da variância (FIV), utilizados para detectar eventuais problemas de multicolinearidade: Espanha, 2000, 1,413, e 2004, 1,916; Grécia, 1996, 1,599, e 2004, 1,238; Portugal, 2002, 1,794, e 2005, 1,490.

**Fonte:** V. gráfico n.º 1.

eleitor “periférico” a um eleitor mais “racional” ou sofisticado. Segundo os primeiros estudos eleitorais, a indecisão manifesta-se sobretudo no caso dos indivíduos pouco interessados pela política, com um nível de educação baixo, sem identificação partidária e com escassos conhecimentos sobre a actualidade (Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, 1944; Campbell *et al.*, 1960). No entanto, o processo de modernização levou a um aumento significativo da capacidade dos indivíduos para recolherem e processarem as informações. Este fenómeno seria responsável não apenas pelo aumento da indecisão ao nível agregado, mas também pelo maior nível de sofisticação (educação e interesse pela política) dos indecisos, que utilizam de forma intensiva os meios de comunicação e participam activamente na esfera política (Inglehart, 1977; Dalton, 1984).

Examinando este fenómeno nas democracias recentes, a primeira variável a considerar relaciona-se com o género. Neste aspecto, na literatura não emerge nenhuma justificação acerca de uma possível relação entre género e indecisão. A hipótese aqui é, portanto, que não há diferenças significativas entre os dois grupos. No entanto, em Espanha (2004) e Portugal (2005) regista-se uma correlação significativa (mas muito fraca) entre as duas variáveis consideradas (quadro n.º 2)<sup>6</sup>. Em geral, há, de facto, uma tendência

**Características sociodemográficas e políticas segundo o tempo da decisão eleitoral (coeficiente de correlação *tau-b*)**

[QUADRO N.º 2]

	Espanha		Grécia		Portugal	
	2000	2004	1996	2004	2002	2005
Sexo . . . . .	-0,01	-0,05*	-0,02	0,02	-0,02	-0,07**
Idade . . . . .	-0,01	0,16**	0,16**	0,16**	0,13**	0,17**
Educação . . . . .	-0,02	-0,07**	-0,10**	n.d.	-0,08**	-0,07**
Religião . . . . .	0,03	-0,04	0,07*	0,05*	0,03	-0,01
Interesse pela política . . . . .	n.d.	0,12**	0,11**	0,10**	0,02	0,09**
Interesse pela campanha . . . . .	n.d.	0,12**	0,14**	0,15**	0,04	0,07**
Discussão política . . . . .	0,01	0,09**	0,07*	0,14**	-0,01	0,04
Exposição TV . . . . .	0,04**	0,07**	0,09**	0,10**	0,04	0,05*
Exposição jornais . . . . .	0,01	0,04*	0,11**	0,01	-0,02	0,01
Conhecimentos políticos . . . . .	0,14**	0,02	0,04	0,12**	0,01	-0,03
Ideologia (distância do centro) . . . . .	0,01	0,06**	0,11**	0,09**	0,08**	0,08**

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ .

**Nota:** O tempo de decisão é codificado como 1 = no dia das eleições; 2 = poucos dias antes das eleições; 3 = uma semana antes das eleições; 4 = algumas semanas antes das eleições; 5 = um mês ou alguns meses antes das eleições.

**Fonte:** V. gráfico n.º 1.

<sup>6</sup> Segundo a codificação adoptada, os dados apresentados no quadro devem ser interpretados no sentido de valores mais elevados das variáveis independentes estarem ligados a uma maior estabilidade (v. apêndice).

comum aos três países considerados no sentido de a indecisão estar associada em maior medida aos indivíduos do sexo feminino. Mais significativa é a convergência entre os três países da Europa do Sul no que diz respeito à idade. Segundo as teorias do desalinhamento, os jovens deveriam apresentar uma menor estabilidade das suas preferências eleitorais como consequência da ausência das âncoras de socialização (Dalton, 2002; Van der Eijk e Franklin, 2009). Os resultados das correlações confirmam esta hipótese. De facto, a indecisão parece um fenómeno que se relaciona sobretudo com os eleitores mais novos, sendo que em todos os casos analisados (à excepção da Espanha em 2000) a direcção é relativamente forte, sempre significativa e na direcção esperada.

No que diz respeito à variável educação, o processo de mobilização cognitiva que caracteriza as democracias avançadas faz pressupor que os eleitores indecisos sejam caracterizados por um nível de escolaridade mais elevado em relação aos eleitores mais estáveis. São os eleitores sem orientação predefinida no começo da campanha que, através da elevada sofisticação política, deveriam mostrar uma maior capacidade de recolher e processar a informação durante as campanhas eleitorais (Fournier, 1997). Em todos os países considerados, o eleitorado indeciso caracteriza-se por um nível de instrução mais elevado, sendo os indivíduos que dispõem de maiores recursos educacionais os que mais adiam as suas decisões, como revela sobretudo o caso português. Finalmente, a última variável sociodemográfica a considerar é a frequência da prática religiosa. Neste caso, é mais difícil evidenciar uma tendência comum, pois os três países divergem de forma bastante significativa, apresentando direcções contrárias no mesmo país de uma eleição para outra<sup>7</sup>. No entanto, a Grécia parece ser claramente o país onde é mais forte a associação entre a indecisão eleitoral e a frequência religiosa, pois em ambas as eleições consideradas a relação é significativa e aponta no sentido de ser mais provável encontrar indecisos nas franjas menos religiosas. Ou seja, a religião, assim como as componentes ideológicas, seriam uma âncora que favorece a estabilização das preferências.

As diferenças entre os eleitores resolutos e indecisos em termos de variáveis sociodemográficas devem ser complementadas com a análise das dimensões mais estritamente políticas. Uma componente importante é o interesse dos eleitores em relação ao universo da política e, mais especificamente, à campanha eleitoral. Os dois indicadores procuram captar o envolvimento dos indivíduos a longo e a curto prazo, respectivamente. Este elemento evidencia a componente “invisível” da participação, a forma como

---

<sup>7</sup> Uma possível explicação para este fenómeno, pelo menos no caso espanhol (Montero, Lago e Torcal, 2007), prende-se com as características da abstenção que pode alterar o perfil dos eleitores indecisos em campanhas distintas. Este facto aplica-se também a algumas incongruências encontradas em relação à exposição aos meios de comunicação.

as pessoas se relacionam com os fenômenos que dizem respeito aos eventos políticos. Estudos anteriores realizados em França e em Itália evidenciaram que os indecisos se caracterizam por um elevado grau de apatia em relação à esfera política (Jaffré e Chiche, 1997; Zucchini, 1997; Barisione, 2001).

Em geral, os três casos aqui considerados confirmam a associação entre o desinteresse pela política e a maior indecisão eleitoral. Ambos os indicadores apresentam coeficientes positivos, alcançando significância estatística em todas as eleições, com a exceção das legislativas de 2002 em Portugal. Neste sentido, é importante sublinhar que, de acordo com os resultados da literatura sobre as democracias europeias, o eleitorado indeciso está mais distante da política. É importante frisar que, em termos absolutos, Portugal é o país onde, comparativamente, o nível de interesse pela política é maior, sendo que em 2005 63,6% dos entrevistados declaravam ser “muito” ou “razoavelmente” interessados pela política, enquanto em Espanha e Grécia se registaram os valores mais baixos (37,1% em 2004 e 41,7% em 1996, respectivamente). As diferenças entre os países são menores em termos do interesse pela campanha, oscilando entre um mínimo de 48,5% (Grécia 1996) e um máximo de 66,2% (Grécia 2004).

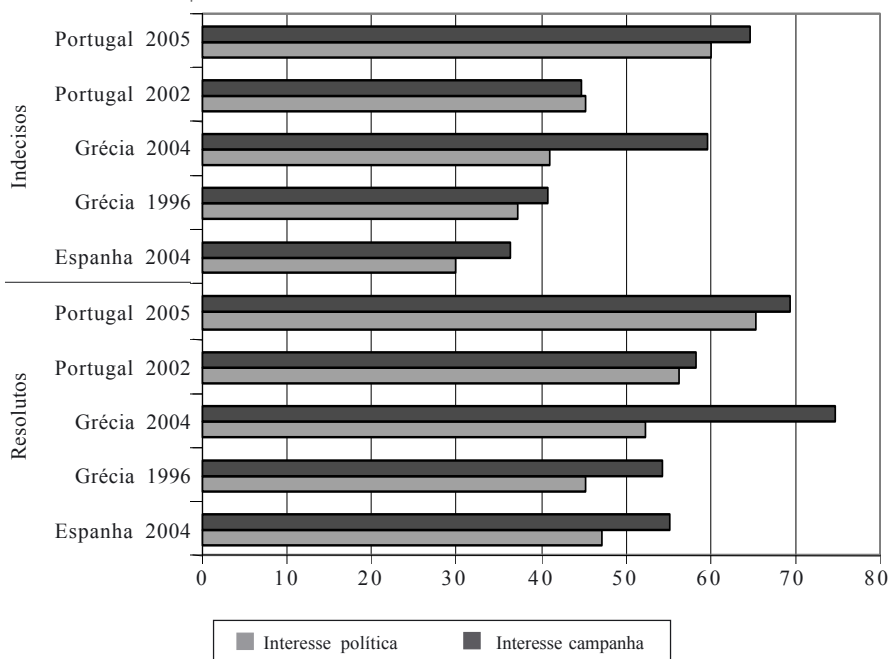
Esta consideração leva-nos a enfatizar que, para além das diferenças entre os dois segmentos do eleitorado em termos do interesse pela política, é importante analisar o efeito “agenda”, ou seja, se o interesse durante a campanha aumenta e se as tendências se manifestam da mesma forma nos eleitores indecisos e resolutos. Há neste caso efeitos conjunturais que podem influenciar a variação no nível de interesse e o impacto das campanhas sobre os eleitores. A Grécia é o país onde este efeito é mais evidente: de facto, em 2004, entre o eleitorado resolutivo registava-se uma diferença de mais de 20 pontos percentuais entre os que estavam interessados na campanha e os indivíduos interessados na política (gráfico n.º 2). Nas eleições gregas há, todavia, efeitos diferenciados para os dois segmentos do eleitorado: ao contrário do que seria plausível supor, o efeito “agenda” é mais consistente nos eleitores que já tomaram a sua opção de voto antes da campanha, sobretudo nas legislativas de 2004, enquanto o efeito é menor no caso dos eleitores indecisos. Nas eleições portuguesas de 2002, os dois indicadores da participação latente apresentam valores similares para os diferentes grupos de eleitores, enquanto em 2005 o interesse pela campanha é maior, mas sem registar diferenças significativas. Em 2004 verifica-se uma situação semelhante em Espanha, tendo os eleitores mais resolutos um interesse ligeiramente maior (cerca de 8 pontos percentuais).

Em geral, não existe, portanto, uma tendência comum nos países aqui considerados quanto ao efeito da campanha sobre o interesse do eleitorado. Por um lado, as diferenças entre o eleitorado resolutivo e indeciso em relação ao grau de envolvimento na esfera política mantêm-se relativamente estáveis

também durante a campanha. Por outro, os diferentes valores apresentados pelos três países são a consequência não apenas dos diferentes perfis dos eleitorados, mas também da interação entre os eleitores, os meios de comunicação e o sistema político, produzindo efeitos diferenciados nas respectivas campanhas eleitorais. As diferentes tendências registadas não apenas entre os países, mas também entre os pares de eleições consideradas, dependem em grande medida do contexto eleitoral (por exemplo, eleições antecipadas), dos acontecimentos que caracterizam cada campanha, assim como das estratégias partidárias e das diferentes tradições de mobilização (v. o caso grego).

**Percentagem de eleitores muito ou razoavelmente interessados pela política e pelas campanhas eleitorais**

[GRÁFICO N.º 2]



Um dos aspectos que a literatura sobre o comportamento eleitoral tem enfatizado é o impacto dos intermediários nas opções dos eleitores (Gunther, Montero e Puhle, 2007). No que diz respeito ao eleitorado indeciso, a hipótese clássica avançada pela escola de Columbia era a de que este se encontrava, em geral, mais isolado do que o resto do eleitorado, tendo um nível de interação social relativamente baixo (Berelson, Lazarsfeld e McPhee, 1954). O perfil do eleitorado indeciso como mais distante do universo da política é confirmado também pela análise da frequência da discussão política. O caso mais evidente

é o grego, em que os eleitores indecisos apresentam uma menor propensão para se envolverem na esfera política. A correlação vai na mesma direcção no caso espanhol, mas alcança significância estatística apenas em 2004. Pelo contrário, em Portugal as diferenças entre os dois grupos não são particularmente relevantes.

A exposição aos meios de comunicação é uma dimensão crucial para analisar o comportamento dos eleitores indecisos. A hipótese principal que emerge na literatura é a de que os eleitores sem uma orientação de voto específica — quer indecisos, quer flutuantes — estão mais expostos aos meios de comunicação, sendo portanto mais susceptíveis de serem influenciados durante a campanha. Esta hipótese baseia-se no facto de os indivíduos que não dispõem de uma orientação partidária definida recorrerem a atalhos informativos, diminuindo os custos associados à tomada de decisão e facilitando as escolhas eleitorais (Popkin, 1991).

Há, no entanto, uma hipótese alternativa, elaborada por Converse (1962) e posteriormente explorada por Zaller (1992), que merece ser considerada. Estes autores afirmam que neste tipo de eleitores o atalho heurístico utilizado não depende apenas da exposição aos meios de informação, mas sobretudo das predisposições ideológicas. Neste caso, a relação entre nível de informação e indecisão eleitoral não será de tipo linear, mas sim curvilínea. Segundo esta teoria, é mais provável encontrar indecisos em correspondência com um nível intermédio de exposição aos *mass media*. Isto porque os eleitores mais distantes dos recursos de informação dispõem normalmente de predisposições ideológicas que favorecem uma maior estabilidade, enquanto os indivíduos mais sofisticados têm os instrumentos necessários para resistir à influência dos *media*. Por isso, apenas os eleitores com um nível intermédio de exposição aos meios de comunicação acabam por estar mais sujeitos à indecisão no momento da escolha eleitoral.

Em geral, nas democracias recentes da Europa do Sul, a direcção da relação entre indecisão eleitoral e exposição aos meios de comunicação não apresenta uma tendência convergente. Enquanto em Portugal parece haver uma relação linear entre indecisão eleitoral e exposição ao meio televisivo, o caso grego confirma a maior presença dos indecisos na faixa intermédia (gráfico n.º 3). Em particular, é importante sublinhar que existem diferenças significativas quando consideramos o nível mais alto de exposição ao meio televisivo, em que os eleitores resolutos apresentam um maior consumo deste tipo de recurso, sobretudo no caso espanhol. Neste sentido, na maioria dos casos considerados, a análise da relação entre a indecisão eleitoral e a exposição aos *media* não confirma a hipótese de Zaller<sup>8</sup>. Para além do facto de não se registarem diferenças significativas entre os dois grupos de eleitores, em geral não existe uma relação curvilínea. Em quase todas as eleições,

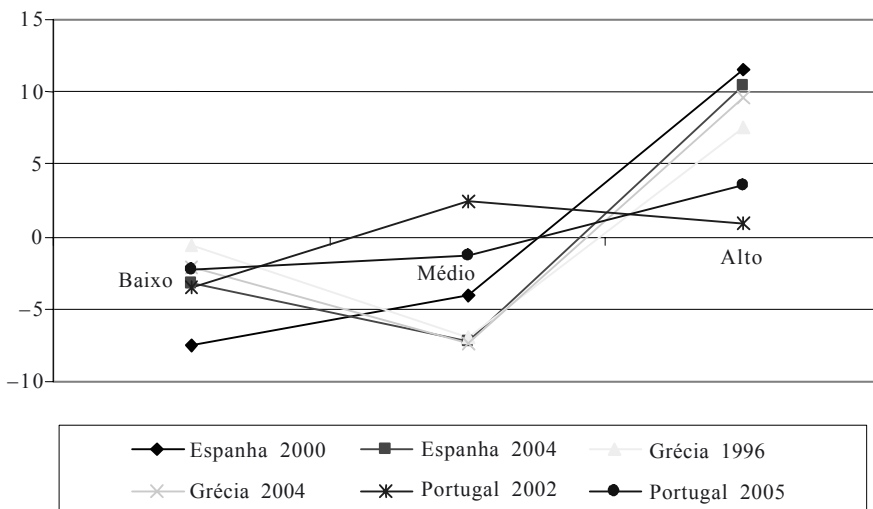
---

<sup>8</sup> Estas conclusões são confirmadas também quando se considera a exposição a outros meios de comunicação (jornais e rádio).

um uso maior dos meios de comunicação corresponde a uma maior probabilidade de encontrar eleitores resolutos. Neste sentido, estes resultados confirmam que nas democracias recentes da Europa do Sul há uma associação entre o eleitorado indeciso e uma maior distância da política.

Nível de exposição ao meio televisivo e indecisão eleitoral

[GRÁFICO N.º 3]



**Nota:** Os valores do gráfico correspondem à diferença entre o eleitorado resolutivo e indeciso. Valores negativos indicam uma maior presença dos indecisos. Exposição alta: “diariamente/quase todos os dias”; média: “um/quatro dias por semana”; baixa: “menos de um dia por semana/nunca”.

**Fonte:** V. gráfico n.º 1.

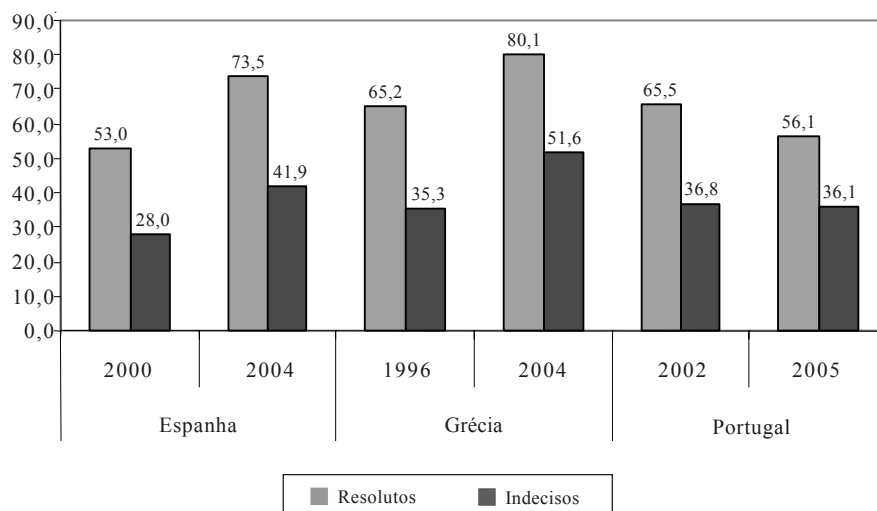
A par do nível de exposição aos *mass media*, o grau de conhecimento constitui uma importante dimensão para analisar as diferentes atitudes dos eleitores. Deste ponto de vista, vários estudos sublinham como os indivíduos com uma maior sofisticação política são também os mais resolutos e os mais estáveis em termos de preferências políticas (Zaller, 1992; Shaw, 2008). Por isso, seria plausível associar o eleitorado indeciso a um nível mais baixo de informação sobre a política. A observação do fenómeno nas três democracias em análise parece confirmar esta relação, apesar de as diferenças entre os dois segmentos não serem particularmente relevantes, com a exceção da Grécia (2004) e da Espanha (2000)<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Neste caso a dificuldade de generalizar os resultados é acrescida pela diferente operacionalização do nível de conhecimento (v. apêndice).

Passando para as predisposições de longo prazo, como era previsível, o eleitorado indeciso apresenta um nível de identificação partidária de longe inferior aos eleitores resolutos (gráfico n.º 4). Confirmando plenamente os principais resultados de estudos anteriores, os eleitores que adiam as suas escolhas eleitorais são maioritariamente indivíduos pouco próximos dos partidos, apresentando um perfil mais “independente” ou desalinhado. A diferença entre os dois grupos na percentagem de indivíduos que se identificam com um partido oscila entre 20 e 30 pontos percentuais e é sempre estatisticamente significativa, sendo a Grécia o país com a média mais alta. No entanto, a maior diferença regista-se no caso das eleições espanholas de 2004, ultrapassando os 30 pontos percentuais.

**Identificação partidária na Europa do Sul:  
eleitores resolutos e indecisos**

[GRÁFICO N.º 4]



Outra característica particularmente relevante que se refere à esfera política é a orientação ideológica. Na senda dos estudos sobre o eleitorado *marais* (Deutsch, Lindon e Weill, 1966), é interessante explorar até que ponto o eleitorado ideologicamente neutro — ou seja, os eleitores que se colocam nas posições centrais do eixo esquerda-direita ou que se recusam a colocar-se nesta escala — toma as suas decisões apenas durante a campanha, sendo também mais susceptível de mudar de opção partidária e de ser influenciado durante a campanha eleitoral<sup>10</sup>.

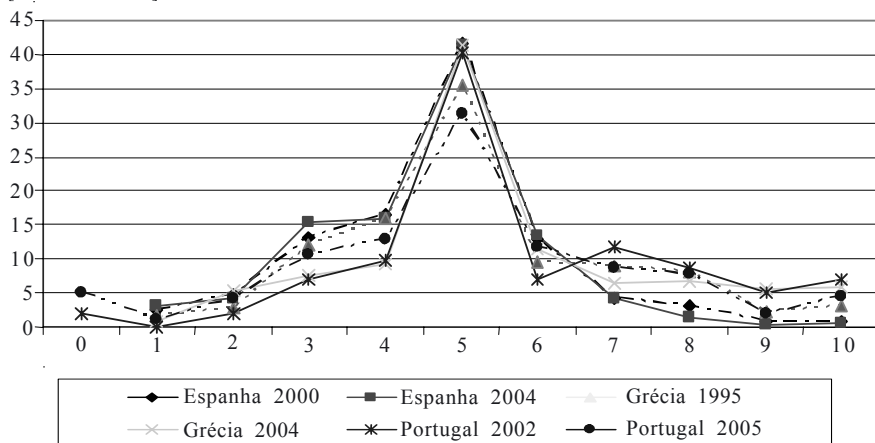
<sup>10</sup> A percentagem de eleitores que “não sabe” ou “não responde” em termos de posicionamento ideológico — que varia entre um máximo de 23,3% (Espanha 2000) e um mínimo



Se observarmos o posicionamento do eleitorado indeciso, é interessante notar dois aspectos. Em primeiro lugar, nas três democracias, o eleitorado indeciso posiciona-se de forma consistente nos valores intermédios da escala ideológica (gráfico n.º 5). Estes dados parecem validar a hipótese da maior “porosidade” do eleitorado central avançada no caso português por Jalali (2007). Também nas outras democracias da Europa do Sul o eleitorado indeciso apresenta uma maior concentração nas posições intermédias, sobretudo nas zonas ideológicas de “fronteira”, entre os dois blocos ideológico-partidários. Em segundo lugar, nos extremos da escala ideológica, é possível observar diferenças entre a esquerda e a direita. Em geral, os eleitores de esquerda apresentam uma maior indecisão. Neste sentido, é plausível que o eleitorado de direita apresente um perfil mais estável devido à maior identificação partidária e ideológica, enquanto os indivíduos de esquerda seriam mais críticos, avaliando as posições e o desempenho das forças políticas sobretudo durante as campanhas. Estas considerações são consistentes com os estudos sobre o desempenho eleitoral dos principais partidos em Espanha e Portugal, que têm vindo a evidenciar a maior flexibilidade da base eleitoral dos partidos de esquerda em relação aos partidos de direita, que normalmente têm eleitores mais ideológicos e menos sensíveis a factores contextuais (Gómez Fortes, 2007; Gómez Fortes e Palacios, 2009; Bosco, 2009). Este ponto será analisado melhor na secção seguinte, depois de considerar os principais factores explicativos da indecisão eleitoral.

**Orientação ideológica dos eleitores indecisos**  
(percentagem)

[GRÁFICO N.º 5]



Fonte: V. gráfico n.º 1.

de 10,4% (Grécia 2004) — é sempre maior para o eleitorado indeciso do que para os eleitores resolutos. As diferenças entre os dois grupos, todavia, são reduzidas, em especial no caso português, onde ultrapassam apenas os 3 pontos percentuais.

## A ANÁLISE MULTIVARIADA: AS DETERMINANTES DA INDECISÃO ELEITORAL

Nas democracias recentes da Europa do Sul, o eleitorado indeciso apresenta um perfil bastante diferenciado, aproximando-se essencialmente do paradigma do eleitor periférico no que diz respeito às variáveis políticas, mas ostentando também traços de maior centralidade (educação). Nesta secção procura-se evidenciar os factores que mais contribuem para distinguir a indecisão eleitoral através da análise multivariada, com o objectivo de medir o peso relativo dos factores estruturais, por um lado, e dos factores de curto prazo, por outro. A variável dependente, neste caso, é uma variável dicotómica que assume o valor 0 para os eleitores resolutos e 1 para os indecisos.

Para além das variáveis sociodemográficas de controlo, o modelo elaborado considera várias dimensões baseadas nas predisposições políticas<sup>11</sup>. Em primeiro lugar, este bloco de variáveis inclui a dimensão ideológica, recodificando o posicionamento ideológico dos eleitores como “distância do centro”. Esta operacionalização permite testar a hipótese do eleitorado *marais*, no sentido de os indivíduos colocados no centro do eixo ideológico apresentarem uma maior indecisão<sup>12</sup>. Outra variável relacionada com as predisposições políticas diz respeito à participação passiva, ou seja, ao interesse pela política. Esta dimensão é importante para estabelecer laços com a esfera política, formar orientações ideológicas e determinar as modalidades da participação (Dalton, 2002). A terceira dimensão considera o grau de informação política<sup>13</sup>. Finalmente, a última dimensão introduzida no modelo procura avaliar o impacto do capital social, medido como a pertença do indivíduo a diferentes associa-

---

<sup>11</sup> No contexto europeu, a identificação partidária é uma variável com um estatuto controverso no âmbito dos estudos sobre o comportamento eleitoral (Budge, Crewe e Farlie, 1976; Berglund *et al.*, 2005; Bartle e Bellucci, 2008). Por isso, na apresentação dos resultados preferiu-se retirar esta variável. No entanto, a inclusão da identificação partidária no modelo testado não altera de forma substancial os resultados da análise.

<sup>12</sup> Na senda de Converse (1964), foi testada também uma variável dicotómica que mede a capacidade de os eleitores se posicionarem na escala ideológica esquerda-direita. Segundo este autor, esta componente reflecte o nível de sofisticação política e a capacidade de os eleitores enquadrarem e organizarem num sistema coerente as informações sobre os actores políticos, estabilizando assim as suas orientações. Neste sentido, os eleitores que apresentam um sistema de crenças estável (ideologicamente identificados) deveriam estar mais sujeitos à estabilidade das atitudes e, por conseguinte, das suas orientações partidárias. Todavia, a análise multivariada não apresentou nenhum resultado significativo; por isso esta variável foi retirada do modelo final.

<sup>13</sup> Estudos empíricos evidenciaram as oscilações no grau de conhecimento mostrado pelos eleitores durante a campanha (Fournier, 1997). Apesar de os indivíduos se distinguirem por diferentes graus de informação, a exposição dos cidadãos às mensagens dos *mass media* e dos actores políticos implica uma maior convergência durante a campanha. No entanto, no fim da campanha as diferenças tendem a aumentar novamente, voltando ao nível inicial. Por isso considerou-se esta dimensão um factor estrutural.

ções ou organizações. Segundo a teoria elaborada por Putnam (1993), uma forte cultura associativa favorece a integração dos indivíduos e reforça a estabilidade das orientações políticas e partidárias (McAllister, 2002).

O terceiro bloco de variáveis inclui os factores directamente relacionados com as campanhas eleitorais. Em primeiro lugar, ocorre considerar a acção desenvolvida pelos partidos — através das acções de propaganda e de *marketing* — que podem exercer uma influência relevante no tempo das escolhas eleitorais. Apesar da crise estrutural e organizativa que parece caracterizar a evolução dos partidos contemporâneos, as transformações das campanhas eleitorais e a capacidade dos actores partidários para alcançarem alvos específicos do eleitorado evidenciam a importância desta dimensão (Rohrschneider, 2002). A hipótese que se procura testar é a de que o contacto com os partidos está associado a uma orientação mais estável e menos incerta em termos de preferências partidárias.

Porém, a atenção aos meios de comunicação é outro elemento importante que pode afectar a indecisão eleitoral. Neste sentido, é plausível que os indecisos sejam caracterizados por um nível mais elevado de exposição aos *media* (Whitney e Goldman, 1985). Da mesma forma, os temas e acontecimentos que caracterizam a especificidade de cada campanha eleitoral são elementos particularmente susceptíveis de influenciar a indecisão eleitoral. Dentro dos factores de curto prazo, a literatura sublinha a importância não apenas da simpatia em relação aos líderes<sup>14</sup>, mas também da avaliação da economia e do desempenho do governo nas preferências dos eleitores. No que diz respeito ao primeiro factor, uma simpatia acentuada em relação a um determinado líder favorece uma maior estabilidade das escolhas eleitorais, enquanto uma atitude mais neutra é normalmente associada a uma maior indefinição (Chaffee e Rimal, 1996). Quanto às dimensões retrospectivas, a hipótese principal afirma que uma percepção negativa da situação económica e do desempenho do governo aumenta a ambivalência dos eleitores e, em consequência, a indecisão eleitoral.

Em geral, a análise multivariada evidencia um peso relativamente fraco das determinantes de curto prazo. Nos casos espanhol e grego, o bloco de variáveis mais importante é constituído pelas predisposições políticas, enquanto os factores directamente relacionados com os efeitos das campanhas não aumentam de forma substancial a variância explicada pelo modelo (quadro n.º 3). A única excepção a este respeito é constituída pelas eleições

---

<sup>14</sup> A codificação desta variável foi feita da seguinte forma: a simpatia para com os líderes dos dois principais partidos de governo (A e B) foi recodificada de -5 (antipatia) a +5 (simpatia). Subtraíram-se os dois valores, obtendo uma escala que vai de -10 (antipatia para o candidato A) a +10 (simpatia para o candidato B). Os valores próximos de 0 indicam uma substancial ambivalência dos indivíduos em relação aos dois principais candidatos.

**Determinantes da indecisão eleitoral (regressão logística)**

[QUADRO N.º 3]

Variáveis independentes	Espanha		Grécia		Portugal	
	2000	2004	1996	2004	2002	2005
Género . . . . .	n. s.	n. s.	n. s.	0,490** (0,194)	n. s.	n. s.
Idade . . . . .	-0,190*** (0,035)	-0,282*** (0,055)	-0,158** (0,075)	-0,224*** (0,059)	n. s.	-0,285*** (0,056)
Educação . . . . .	0,064* (0,038)	n. s.	n. s.	n. d.	n. s.	n. s.
Religião . . . . .	n. s.	0,054* (0,030)	n. s.	n. s.	n. s.	0,094** (0,044)
Rendimento . . . . .	n. s.	0,146** (0,074)	-0,149* (0,089)	n. d.	n. s.	n. s.
Pseudo R <sup>2</sup> (Nagelkerke): bloco 1 . . . . .	3,6	5,7	4,6	4,9	1,7	6,5
Distância do centro . . . . .	-0,197*** (0,043)	-0,143** (0,061)	-0,264*** (0,079)	-0,259*** (0,075)	-0,390** (0,131)	-0,132** (0,046)
Interesse pela política . . . . .	n. d.	-0,258** (0,112)	-0,169* (0,099)	-0,217** (0,100)	n. s.	n. s.
Capital social . . . . .	-1,722*** (0,097)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Conhecimento político . . . . .	-0,313*** (0,091)	n. s.	n. s.	-0,430*** (0,135)	n. s.	n. s.
Pseudo R <sup>2</sup> (Nagelkerke): bloco 1 + 2 . . . . .	5,8	8,1	10,5	10,8	6,4	7,9
Exposição aos <i>media</i> . . . . .	-0,053** (0,018)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Contacto partidos . . . . .	n. s.	0,165** (0,039)	n. s.	0,324* (0,189)	n. s.	n. s.
Avaliação da economia . . . . .	-0,176** (0,075)	n. s.	n. s.	n. d.	n. s.	n. s.
Desempenho do governo . . . . .	n. s.	n. s.	n. s.	n. d.	-0,832** (0,323)	n. s.
Avaliação do líder . . . . .	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Constante . . . . .	-1,476 (1,124)	-1,073 (0,795)	1,896** (0,886)	0,740 (0,596)	1,928 (1,670)	0,053 (0,686)
Pseudo R <sup>2</sup> (Nagelkerke) . . . . .	6,7	9,3	13,3	11,8	14,8	8,2
(N válido) . . . . .	(3081)	(1289)	(545)	(860)	(323)	(938)

\*  $p < 0,1$ ; \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$ .

**Nota:** Em cada célula são reportados os coeficientes beta e, entre parênteses, os erros-padrão. Variável dependente: 0 (resolutos); 1 (indecisos). Os valores mais altos do factor de inflação da variância (FIV) são os seguintes: Espanha, 2000, 2,206, e 2004, 1,756; Grécia, 1996, 1,721, e 2004, 1,505; Portugal, 2002, 1,802, e 2005, 2,022.

**Fonte:** V. gráfico n.º 1.

legislativas de 2002 em Portugal, em que os factores de curto prazo desempenham um papel predominante, principalmente através da avaliação do desempenho do governo.

As componentes sociodemográficas parecem ter um peso maior nos casos grego e espanhol, apesar de serem factores significativos também nas eleições portuguesas de 2005. Dentro deste bloco de variáveis, a componente mais importante é a idade, que apresenta coeficientes estatisticamente significativos em todos os países considerados. O sinal negativo da relação confirma que a indecisão eleitoral é um fenómeno associado, essencialmente, às faixas mais novas do eleitorado, enquanto os grupos etários mais velhos parecem ter orientações de voto mais estáveis.

No que diz respeito às variáveis políticas, o factor mais importante é a dimensão ideológica. Em geral, em todos os casos considerados, os eleitores indecisos parecem caracterizar-se por uma maior fluidez e ambiguidade na orientação esquerda-direita, que se reflecte na moderação ideológica deste segmento do eleitorado. A falta de clareza ideológica resulta particularmente importante nos eleitorados espanhol e grego, sendo, nestes casos, a variável que apresenta, no modelo completo, a estatística de Wald mais elevada. Em Portugal, onde a presença do eleitorado *marais* tem sido considerada uma característica da formação do sistema partidário, tendo saído reforçada depois do realinhamento dos anos 80 (Jalali, 2007), esta variável apresenta, contudo, um peso relativamente mais fraco quando comparada com as outras democracias recentes da mesma área geográfica. Neste sentido, a maior fluidez e instabilidade do eleitorado moderado poderá não ser apenas uma consequência das modalidades de transição, mas também das características e das estratégias adoptadas pelas principais forças de governo<sup>15</sup>. Em relação às predisposições políticas é importante também destacar o papel fundamental do interesse pela política, sobretudo nos eleitores espanhóis e gregos. Em ambos os casos, o efeito desta variável é consistente no sentido de associar um maior interesse pela política a uma maior decisão nas preferências eleitorais. Finalmente, dentro dos factores estruturais, o nível de informação política e o capital social apresentam um impacto muito reduzido, sendo significativos apenas em duas eleições (Grécia em 1996 e Espanha em 2000, respectivamente).

Mais do que os factores de curto prazo, os elementos que parecem influenciar mais os indecisos dizem respeito às atitudes políticas. Em geral, o impacto das variáveis associadas às campanhas é relativamente fraco, com a excepção das eleições portuguesas em 2002. Em particular, o contacto dos

---

<sup>15</sup> As diferenças registadas em termos do peso da variável ideológica entre os países considerados podem ser interpretadas como o efeito dos condicionamentos que os respectivos sistemas partidários impõem aos eleitores. Em particular, é plausível que o grau de polarização, assim como as estratégias de competição adoptadas pelos principais partidos nas campanhas eleitorais sejam factores que influenciam de forma relevante o eleitorado indeciso através da componente ideológica.

partidos parece relevante em duas eleições (Grécia 2004 e Espanha 2004), enquanto os restantes factores incluídos no terceiro bloco apresentam apenas efeitos conjunturais ou insignificantes. A mobilização dos partidos é relevante, como foi sugerido por outros estudos, sendo a ausência de contactos partidários um factor que favorece uma maior indecisão. Dentro dos factores de curto prazo, é necessário destacar o facto de a simpatia em relação aos líderes não constituir um factor relevante para explicar a indecisão eleitoral, enquanto a avaliação da situação económica e do desempenho do governo apresenta efeitos estatisticamente significativos apenas em duas eleições (Espanha 2000 e Portugal 2002, respectivamente). Na maioria dos casos aqui considerados, os factores de curto prazo não parecem entrar de forma relevante no cálculo dos eleitores indecisos.

É importante ressaltar que estes resultados não confirmam a interpretação da indecisão eleitoral avançada pelo paradigma da mobilização cognitiva (Dalton, 1984). De facto, todos os principais indicadores de sofisticação política apresentam um impacto reduzido (ou de sentido contrário) sobre a indecisão. Não apenas o “interesse” sugere um afastamento dos cidadãos da esfera política, mas também, ao observarmos a variável educação e o nível de conhecimento político, não parece que os eleitores indecisos sejam mais racionais e independentes, no sentido de ponderarem mais sobre as suas escolhas, utilizando os seus recursos de forma autónoma. Este resultado é confirmado também se observarmos o impacto dos meios de comunicação, pois uma maior indecisão está geralmente associada a uma menor exposição (mas sem alcançar significância estatística). Isto não significa que não possa haver outros elementos de carácter “racional” ou cognitivo que sejam relevantes para distinguir os eleitores no que diz respeito ao tempo em que tomam as suas decisões. Em particular, estudos recentes parecem sugerir que a avaliação estratégica dos eleitores em relação aos resultados eleitorais e à sucessiva formação dos governos poderá ser um factor importante, sobretudo considerando o grau elevado de exposição às sondagens (Irwin e Van Holsteyn, 2008; Magalhães, 2008).

Em geral, são três os factores que mais contribuem para distinguir o eleitorado indeciso dos eleitores mais resolutos: a idade, o “centrismo” ideológico e o interesse pela política. A estes factores deve ser acrescentada a falta de identificação partidária, que, em todos os casos analisados, caracteriza este segmento do eleitorado desalinhado. Este “modelo” da indecisão eleitoral sublinha que estes eleitores são particularmente sensíveis às dinâmicas de activação e de reforço e não apenas de conversão (Campbell *et al.*, 1960; Forrest e Marks, 1999). Sendo fundamentalmente um eleitor caracterizado pela apatia e pela ambivalência ideológica, o eleitor indeciso parece uma categoria intermédia entre os eleitores fiéis e os abstencionistas. Deste ponto de vista, os indecisos aproximam-se dos eleitores “de opinião”, que ponderam, num primeiro momento, a oportunidade de votar ou abster-se e

depois oscilam entre as várias opções durante a campanha. Apesar de se caracterizar pela distância em relação à esfera política, o eleitor indeciso não é uma *tabula rasa* que os actores políticos podem manipular durante a campanha. Para este grupo de eleitores, o esforço de mobilização será tão importante quanto as tentativas de conquista e de persuasão. É neste sentido que deve ser considerado o impacto do contacto dos partidos em termos de diminuir a indecisão, reforçando as predisposições políticas dos eleitores. Em geral, os indecisos apresentam características de eleitores intermédios, que, apesar de serem condicionados por determinadas atitudes políticas, podem, em determinados contextos, ser influenciados por factores de curto prazo, com níveis variáveis na intensidade dos efeitos das campanhas.

Qual é a relação entre a indecisão eleitoral e o sentido de voto? A orientação de voto do eleitorado mais instável depende, obviamente, não apenas do contexto da campanha e dos factores conjunturais, mas também da estratégia eleitoral dos partidos e das características da competição. Por isso, a análise do sentido de voto dos indecisos é importante quer para compreender melhor os resultados finais, quer para investigar as dinâmicas de mobilização e desmobilização das forças políticas.

O gráfico n.º 6 evidencia algumas tendências interessantes da indecisão eleitoral nas três democracias recentes aqui analisadas. Em primeiro lugar, há diferenças substanciais entre as eleições consideradas em termos do “peso” do eleitorado indeciso relativamente às bases de cada partido. Por exemplo, no caso grego e nas eleições portuguesas de 2005, a proporção de eleitores indecisos foi substancialmente mais elevada do que nos restantes casos. Este facto pode ser interpretado como o reflexo, por um lado, do contexto específico das campanhas eleitorais e, por outro, das características “eleitoralistas” dos partidos políticos e das dinâmicas dos sistemas partidários<sup>16</sup>. Em segundo lugar, se observarmos as diferenças entre os partidos, a indecisão parece ser um fenómeno que caracteriza, em geral, mais os partidos de esquerda do que os partidos de direita. De facto, os partidos de governo da direita apresentam uma maior proporção de eleitores fiéis, que decidem o seu sentido de voto muito antes da campanha eleitoral. Por exemplo, nas eleições de 1996 a percentagem de votantes “resolutos” no PASOK era apenas de 66,5% contra 75,1% da ND. Nas eleições de 2005, o PSD ultrapassava em 4 pontos percentuais o Partido Socialista na quota de eleitores mais estáveis (72,8% contra 68,8%). O caso mais evidente, no entanto, é o das eleições espanholas de 2004, em que mais de 90% do eleitorado do PP declarou ter decidido antes da campanha, comparado com os 80% dos eleitores socialistas. Estas considerações parecem confirmar que o eleitorado

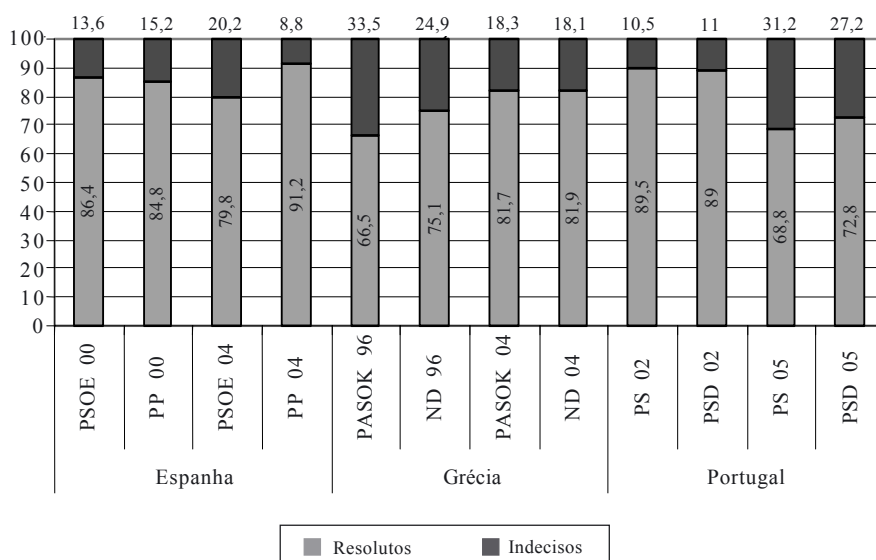
---

<sup>16</sup> A este respeito, note-se que os casos em que a indecisão dentro dos partidos de governo é maior (Grécia e Portugal) são também aqueles em que a volatilidade interbloco é mais elevada (Gunther e Montero, 2001).

dos partidos do centro-direita na Europa do Sul vota mais de acordo com as suas predisposições ideológicas, tendo uma maior probabilidade de decidir a sua opção muito antes do começo das campanhas. Por outro lado, o eleitorado com uma forte identificação partidária, por isso mais susceptível de não ponderar as suas escolhas no período imediatamente anterior às eleições, é relativamente menos difuso nos principais partidos de governo de esquerda.

### Indecisão eleitoral e orientação do voto na Europa do Sul

[GRÁFICO N.º 6]



**Nota:** Consideram-se apenas os principais partidos de governo (PASOK e ND para a Grécia; PSOE e PP para a Espanha; PS e PSD para Portugal).

**Fonte:** V. gráfico n.º 1.

Para aprofundar as diferenças entre os principais partidos de governo repetiu-se a análise multivariada para o eleitorado de esquerda e o de direita, separadamente. Para além do peso do factor etário, que atinge indiferentemente os dois segmentos de eleitores, há interessantes diferenças que merecem ser sublinhadas (quadro n.º 4). O primeiro ponto é que, em geral, nos partidos de centro-direita o bloco das predisposições políticas aumenta de forma significativa a variância explicada, enquanto nos partidos de esquerda são os factores de curto prazo as componentes mais importantes da indecisão eleitoral. Em particular, a ideologia e o interesse pela política têm um impacto fundamental nos eleitores indecisos de centro-direita, sobretudo em Espanha e na Grécia.



Determinantes da indecisão eleitoral para os principais partidos de governo (regressão logística)

	Espanha						Grécia						Portugal					
	2000			2004			1996			2004			2002			2005		
	PSOE	PP	PSOE	PP	PASOK	ND	PASOK	ND	PASOK	ND	PS	PSD	PS	PSD	PS	PSD		
Género . . . . .	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	-	-	0,688* (0,361)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	-1,120** (0,430)	
Idade . . . . .	-0,192** (0,057)	-0,247*** (0,077)	-0,281*** (0,071)	n. s.	n. s.	-0,355* (0,183)	-0,234** (0,116)	-0,177* (0,093)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	-0,636*** (0,161)	
Educação . . . . .	n. s.	0,149* (0,084)	n. s.	0,608** (0,247)	n. s.	n. s.	n. d.	n. d.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	
Religião . . . . .	n. s.	n. s.	0,103** (0,043)	0,197** (0,098)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	0,162** (0,074)	
Rendimento . . . . .	n. s.	n. s.	n. s.	0,468* (0,277)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	0,277** (0,131)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	
Pseudo $R^2$ (Nagelkerke): bloco 1 . . . . .	4,7	5,6	7,8	12,5	2,9	6,6	4,0	6,1	6,6	9,0	6,6	9,0	5,4	14,7	5,4	14,7	-0,360** (0,146)	
Distância do centro . . . . .	-0,261** (0,086)	-0,245** (0,105)	n. s.	n. s.	n. s.	-0,487*** (0,155)	n. s.	-0,394*** (0,108)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	
Interesse pela política . . . . .	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	-0,394* (0,229)	n. s.	-0,281* (0,157)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	
Capital social . . . . .	n. s.	n. s.	n. s.	7,239** (2,926)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	
Conhecimento político . . . . .	0,418* (0,150)	n. s.	0,173* (0,094)	n. s.	n. s.	n. s.	0,553* (0,256)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	
Pseudo $R^2$ (Nagelkerke): bloco 1 + 2 . . . . .	8,0	7,8	10,8	20,4	7,2	26,4	5,7	15,7	40,5	15,3	40,5	15,3	5,7	26,2	5,7	26,2	26,2	

(continua)

(continuação)

	Espanha				Grécia				Portugal			
	2000		2004		1996		2004		2002		2005	
	PSOE	PP	PSOE	PP	PASOK	ND	PASOK	ND	PS	PSD	PS	PSD
Contacto dos partidos . . .	n. d.	n. d.	0,374* (0,216)	n. s.	-0,583* (0,338)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Exposição aos <i>media</i> . . .	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	0,154* (0,093)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Avaliação da economia . .	-0,459** (0,135)	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. d.	n. d.	-5,258* (3,121)	n. s.	0,227* (0,136)	n. s.
Desempenho do governo	n. d.	n. d.	n. s.	-2,896*** (0,663)	-0,594*** (0,197)	n. s.	n. d.	n. d.	n. s.	n. s.	n. s.	-0,600* (0,344)
Avaliação do líder . . . . .	0,230* (0,077)	-0,158* (0,093)	-0,169*** (0,042)	n. s.	-0,139*** (0,049)	n. s.	0,173*** (0,045)	-0,099** (0,032)	n. s.	0,260** (0,100)	-0,071** (0,034)	0,234*** (0,076)
Constante . . . . .	2,924* (1,816)	-4,076 (2,712)	-0,797 (1,070)	3,781 (3,260)	2,812 (1,384)	2,009 (2,001)	0,235 (1,199)	-0,026 (0,970)	4,673 (3,069)	5,790 (3,365)	-1,524 (1,193)	3,553 (2,150)
Pseudo $R^2$ (Nagelkerke (N válido) . . . . .	11,4 (1383)	9,3 (761)	16,0 (685)	44,3 (269)	20,6 (245)	33,9 (163)	18,2 (311)	20,6 (412)	57,4 (103)	27,4 (125)	9,0 (386)	36,7 (197)

\*  $p < 0,1$ ; \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$ .

Nota: Em cada célula são reportados os coeficientes beta e, entre parênteses, os erros-padrão. Variável dependente: 0 (resolutos); 1 (indecisos).

Fonte: V. gráfico n.º 1.

Outro dado relevante é que, confirmando a análise anterior, a exposição aos *media* e os contactos dos partidos são factores que praticamente não têm efeitos relevantes nos tempos da decisão eleitoral. Apesar de poderem sofrer um efeito indirecto, nomeadamente em termos de *agenda setting* e de *priming*, os indecisos dos dois blocos não se distinguem pelo grau de exposição mediática. Os efeitos de persuasão ou de mobilização, quando se verificam, dependem mais do tipo e das características da mensagem do que da frequência de utilização dos diversos meios de comunicação. Ao contrário do eleitorado do outro quadrante ideológico, que parece ser mais “ancorado” por factores estruturais, os partidos de esquerda apresentam bases eleitorais mais flexíveis. Deste ponto de vista, quanto mais negativa é a percepção da situação económica e do desempenho do governo, maior é a indecisão dos eleitores. Finalmente, os líderes ocupam uma posição de destaque dentro dos factores de curto prazo, apresentando coeficientes estatisticamente significativos na maioria dos casos considerados.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos recentes sobre o comportamento eleitoral e sobre as campanhas eleitorais apontam para um aumento constante do fenómeno da indecisão eleitoral, ressaltando a maior importância do momento em que se toma a decisão de voto. Esta tendência não afecta apenas as democracias consolidadas, mas também os regimes mais recentes, caracterizados por uma elevada volatilidade e pela alternância no governo dos principais partidos moderados.

A primeira preocupação deste estudo foi evidenciar a forma como os paradigmas tradicionais elaborados para explicar o comportamento dos eleitores não se aplicam da mesma forma ao eleitorado indeciso. Os indivíduos que tomam as suas decisões durante a campanha apresentam uma lógica diferente, caracterizada essencialmente por uma maior aleatoriedade e imprevisibilidade. A falta de uma ancoragem partidária e uma certa indefinição ideológica são os principais traços em comum, mas, para além destas características, não há um paradigma que possa descrever de forma unívoca o perfil deste tipo de eleitores para os diversos países e eleições.

Evidenciada a lógica de voto distinta entre o eleitorado mais estável e os indecisos, o segundo passo foi caracterizar os indivíduos que adiam as suas opções de voto. Do ponto de vista teórico, os eleitores indecisos têm sido associados tradicionalmente à imagem de eleitores “periféricos”, no sentido de terem menores recursos cognitivos (em termos de educação e conhecimento), um maior distanciamento da esfera política (fraco interesse pela política e escasso capital social) e, normalmente, uma maior sensibilidade ao

impacto dos intermediários (meios de comunicação e partidos). No entanto, os processos de modernização e de mobilização cognitiva parecem incentivar a emergência de um eleitorado indeciso com características opostas, isto é, com uma maior capacidade crítica para avaliar o desempenho e as diferentes ofertas partidárias.

Em geral, nos três países aqui considerados, a indecisão eleitoral é um fenómeno que afecta sobretudo os indivíduos mais apáticos, mais distantes da esfera política e menos participativos. Em particular, os principais factores que se destacam na explicação da indecisão eleitoral baseiam-se na idade, na ideologia, na falta de identificação partidária e de interesse pela política. No entanto, contrariamente à hipótese de partida, nas democracias recentes os factores de curto prazo não têm um peso esmagador em relação às predisposições políticas. É importante sobretudo sublinhar que, embora fosse expectável um forte impacto dos meios de comunicação, não se verificam efeitos directos significativos. Da mesma forma, outros factores conjunturais, como, por exemplo, a economia e o desempenho do governo, parecem ter apenas um papel secundário. À luz destes resultados, impõe-se investigar mais em profundidade o efeito dos temas da campanha sobre os indecisos, assim como algumas características específicas da competição eleitoral — em particular, os debates, as sondagens ou as especificidades dos candidatos.

A análise empírica comparada deste estudo ajuda também a compreender o debate teórico acerca deste fenómeno. A contraposição entre o modelo do eleitor “periférico” e o eleitor mobilizado cognitivamente, ou “central”, reflecte apenas dois aspectos do mesmo fenómeno. Dentro do segmento dos eleitores indecisos é possível encontrar quer o indivíduo marginal em termos de recursos sociais e de atitudes políticas, quer eleitores caracterizados por elevados recursos educacionais, uma alta sofisticação política e um maior envolvimento. Deste ponto de vista, confirmada a heterogeneidade do eleitorado, ocorre não apenas elaborar modelos diferenciados para a explicação do voto e do tipo de heurística utilizada (Sniderman, Brody e Tetlock, 1991), mas também especificar as condições dos sistemas partidários e as estratégias dos partidos que favorecem um certo tipo de indecisão eleitoral.

Contudo, estas considerações não significam que o eleitorado indeciso seja tão pouco permeável às mensagens veiculadas durante a campanha como os eleitores estáveis. A análise da relação entre indecisão e orientação de voto evidenciou como há oscilações significativas entre uma eleição e outra que, independentemente do impacto sobre os resultados eleitorais, têm uma importância fundamental nas dinâmicas de mobilização e de persuasão de uma porção determinante do eleitorado. Em particular, o eleitorado de centro-esquerda parece ser particularmente sensível aos factores de curto prazo, tendo, em geral, uma maior propensão para a indecisão eleitoral.

O fenómeno da indecisão eleitoral tem, porém, implicações relevantes em termos do funcionamento dos regimes democráticos. Dadas as características dos eleitores indecisos, uma maior instabilidade das preferências dos eleitores está relacionada com uma menor participação, uma menor satisfação com a democracia e uma maior volatilidade. Segundo os dados analisados, estas três dimensões estão significativamente relacionadas com a indecisão eleitoral, facto que é confirmado também noutros estudos baseados em três democracias avançadas (McAllister, 2002, pp. 33-37). Nos países da Europa do Sul, em particular, os eleitores resolutos apresentam um terço de probabilidade em relação aos indecisos de oscilarem nas suas preferências de voto. Obviamente, a indecisão eleitoral é apenas um dos factores que influenciam a flutuação dos eleitores, e para uma análise do processo causal subjacente seria necessário incluir outros factores. No entanto, estas considerações indicam que o tempo de decisão eleitoral é um elemento importante para examinar as dinâmicas de mobilização ou de persuasão e o impacto dos indecisos sobre os resultados eleitorais.

## APÊNDICE

Variáveis	Codificação das variáveis
Sexo . . . . .	0: masculino 1: feminino
Idade . . . . .	1: 18-24 6: 65 ou mais
Grau de instrução . . . . .	1: nenhum 10: pós-graduação completa
Frequência da prática religiosa . . . . .	1: nunca 6: uma vez por semana ou mais
Distância do centro . . . . .	1: distância mínima 5: distância máxima
Interesse pela política . . . . .	1: nada 4: muito
Discussão política . . . . .	1: nunca 4: frequentemente
Conhecimento político . . . . .	0: conhecimento mínimo 3: conhecimento máximo
Exposição aos meios de comunicação (TV, jornais e rádio) . . . . .	1: exposição mínima 6: exposição máxima
Capital social . . . . .	0: não pertence a nenhuma associação 1: pertence a 5 ou mais associações
Contacto dos partidos . . . . .	0: sim 1: não
Avaliação de desempenho do governo . . . . .	1: muito mau 4: muito bom
Percepção da situação económica. . . . .	1: muito má 5: muito boa
Simpatia dos pelos líderes . . . . .	-10: simpatia do líder oposição +10: simpatia do líder governo
Indecisão do voto . . . . .	0: resolutos 1: indecisos

**Nota:** A variável distância do centro é construída a partir do autoposicionamento ideológico dos eleitores, considerando 1 os que se colocam nas posições 5 e 6 (proximidade máxima) e 5 os eleitores que escolhem as categorias do eixo mais extremas (0 e 10). O índice do conhecimento político é construído a partir das respostas correctas sobre política. No caso da Espanha (2000), a variável é dicotómica, enquanto na Grécia (2004) é baseada na percepção do inquiridor numa escala de 1 a 4. A variável “exposição aos *media*” consiste num índice acerca da frequência com que os indivíduos usam as diferentes fontes de informação (televisão, jornais e rádio). O índice foi construído a partir da frequência registada, cujo valor foi depois convertido numa escala de 0 a 10.

BIBLIOGRAFIA

- BARISONE, M. (2001), "Elettori indecisi, elettori fluttuanti: che volto hanno i 'bilancieri' del voto? I casi italiano e francese". *Rivista italiana di scienza politica*, xxxi (1), pp. 73-108.
- BARTLE, J., e BELLUCCI, P. (orgs.) (2008), *Political Parties and Partisanship. Social Identity and Individual Attitudes*, Londres, Routledge.
- BARTOLINI, S. (1999), "Collusion, competition and democracy". *Journal of Theoretical Politics*, 11 (4), pp. 435-470.
- BERELSON, B. R., LAZARSELD, P. B., e MCPHEE, W. N. (1954), *Voting: a Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago, University of Chicago.
- BERGLUND, F., et al. (2005), "Party identification and party choice". In J. Thomassen (org.), *The European Voter*, Londres, Oxford University Press, pp. 106-124.
- BOSCO, A. (2009), "Buenas noches y buena suerte: la segunda victoria de Zapatero". In A. Bosco e I. Sánchez-Cuenca (orgs.), *La España de Zapatero: Años de Cambios 2004-2008*, Madrid, Editorial Pablo Iglesias, pp. 49-74.
- BOWLER, S., e FARRELL, D. M. (orgs.) (1992), *Electoral Strategies and Political Marketing*, Nova Iorque, St. Martin's Press.
- BOX-STEFFENSMEIER, J. M., e KIMBALL, D. (1999), "The timing of voting decisions in presidential campaigns". Comunicação apresentada no Congresso da Midwest Political Science Association, Chicago.
- BUDGE, I., CREWE, I., e FARLIE, D. J. (orgs.) (1976), *Party Identification and Beyond*, Londres e Nova Iorque, Wiley.
- CAMPBELL, A., et al. (1960), *The American Voter*, Chicago, The University of Chicago Press.
- CHAFFEE, S. H., e CHOE, S. Y. (1980), "Time of decision and media use during the Ford-Carter campaign". *Public Opinion Quarterly*, 44 (1), pp. 53-69.
- CHAFFEE, S. H., e RIMAL, R. N. (1996), "Time of vote decision and openness to persuasion". In D. C. Mutz, P. M. Sniderman e R. A. Brody (orgs.), *Political Persuasion and Attitude Change*, Ann Arbor, The University of Michigan Press, pp. 267-291.
- CONVERSE, P. E. (1962), "Information flow and the stability of partisan attitudes". *The Public Opinion Quarterly*, 26 (4), pp. 578-599.
- CONVERSE, P. E. (1964), "The nature of belief systems in mass publics". In D. E. Apter (org.), *Ideology and Discontent*, Nova Iorque, Free Press of Glencoe, pp. 206-261.
- DALTON, R. J. (1984), "Cognitive mobilization and partisan dealignment in advanced industrial democracies". *Journal of Politics*, 46 (1), pp. 264-284.
- DALTON, R. J. (2002), *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Western Democracies*, Chatham (NJ), Chatham House Publishers.
- DALTON, R. J., McALLISTER, I., e WATTENBERG, M. (2000), "The consequences of partisan dealignment". In R. J. Dalton e M. Wattenberg (orgs.), *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, Oxford, Oxford University Press, pp. 37-63.
- DEUTSCH, E., LINDON, D., e WEILL, P. (1966), *Les familles politiques en France aujourd'hui*, Paris, Minuit.
- DIAMANDOUROS, N. P., e GUNTHER, R. (orgs.) (2001), *Parties, Politics, and Democracy in the New Southern Europe*, Baltimore, The Johns Hopkins University.
- FARRELL, D. M. (1996), "Campaign strategies and tactics". In L. LeDuc, R. G. Niemi e P. Norris (orgs.), *Comparing Democracies*, Londres, Sage, pp. 160-183.
- FORREST, J., e MARKS, G. N. (1999), "The mass media, election campaigning and voter response". *Party Politics*, 5 (1), pp. 99-114.
- FOURNIER, P. (1997), "The impact of political campaigns on the effects of political sophistication". Comunicação apresentada na conferência "Capturing campaign effects", Green College, University of British Columbia.

- FOURNIER, P., *et al.* (2004), "Time-of-voting decision and susceptibility to campaign effects". *Electoral Studies*, 23, pp. 661-681.
- GÓMEZ FORTES, B. (2007), "Os eleitores de esquerda perante o PS: duros e pragmáticos". In A. Freire, M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.), *Eleições e Cultura Política*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, pp. 59-90.
- GÓMEZ FORTES, B., e PALACIOS, I. (2009), "Os cidadãos que nunca abandonam o governo: o caso das eleições legislativas portuguesas de 2005". In M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.), *As Eleições Legislativas e Presidenciais, 2005-2006*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, pp. 129-153.
- GOPOIAN, J. D., e HADJIHARALAMBOUS, S. (1994), "Late-deciding voters in presidential elections". *Political Behavior*, 16 (1), pp. 55-78.
- GUNTHER, R. (2004), "As eleições portuguesas em perspectiva comparada: partidos e comportamento eleitoral na Europa do Sul". In A. Freire, M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.), *Portugal a Votos. As Eleições Legislativas de 2002*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, pp. 35-85.
- GUNTHER, R., e MONTERO, J. R. (2001), "The anchors of partisanship". In N. P. Diamandouris e R. Gunther (orgs.), *Parties, Politics, and Democracy in the New Southern Europe*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, pp. 83-152.
- GUNTHER, R., MONTERO, J. R., e PUHLE, H.-J. (orgs.) (2007), *Democracy, Intermediation and Voting on Four Continents*, Oxford, Oxford University Press.
- HILLYGUS, D. S., e SHIELDS, T. G. (2008), *The Persuadable Voter*, Princeton, Princeton University Press.
- INGLEHART, R. (1977), *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles among Western Publics*, Princeton, Princeton University Press.
- IRWIN, G. A., e VAN HOLSTEYN, J. M. (2008), "What are they waiting for? Strategic information for late deciding voters". *International Journal of Public Opinion Research*, 20 (4), pp. 483-493.
- JAFFRÉ, J., e CHICHE, J. (1997), "Mobilité, volatilité, perplexité". In D. Boy e N. Mayer (orgs.), *L'électeur a ses raisons*, Paris, Presses de Sciences Po, pp. 285-325.
- JALALI, C. (2007), "Velhas clivagens em novas democracias: a consolidação do comportamento eleitoral português desde 1974". In A. Freire, M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.), *Eleições e Cultura Política*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, pp. 199-226.
- LAZARSFELD, P. B., BERELSON, B., e GAUDET, H. (1944), *The People's Choice*, Nova Iorque, Columbia University Press.
- LEWIS-BECK, M. S., JACOBY, W., NORPOTH, H., e WEISBERG, H. F. (2008), *The American Voter Revisited*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- LIPSET, S. M., e ROKKAN, S. (orgs.) (1967), *Party Systems and Voter Alignments*, Nova Iorque, Free Press.
- LOBO, M. C. (2004), "O impacto dos líderes partidários". In A. Freire, M. C. Lobo e P. Magalhães (orgs.), *Portugal a Votos. As Eleições Legislativas de 2002*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, pp. 193-217.
- MAGALHÃES, P. (2008), "Exposição às sondagens, mobilização cognitiva e comportamento eleitoral: as eleições legislativas de 2002 em Portugal". In M. V. Cabral, K. Wall, S. Aboim e F. C. da Silva (orgs.), *Itinerários: a Investigação nos 25 Anos do ICS*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, pp. 225-237.
- MAIR, P. (2002), "In the aggregate: mass electoral behaviour in Western Europe, 1950-2000". In H. Keman (org.), *Comparative Democratic Politics*, Londres, Sage, pp. 122-140.
- MCALLISTER, I. (2002), "Calculating or capricious?". In D. M. Farrell e R. Schmitt-Beck (orgs.) *Do Political Campaigns Matter?*, Londres, Routledge, pp. 22-40.
- MONTERO, J. R., LAGO, I., e TORCAL, M. (orgs.) (2007), *Elecciones Generales 2004*, Madrid, CIS.
- NIEMI, R. G., e WEISBERG, H. F. (orgs.) (2001), *Controversies in Voting Behavior*, Washington, CQPress.



- NIR, L., e DRUCKMAN, J. N. (2008), "Campaign mixed-message flows and timing of vote decision". *International Journal of Public Opinion Research*, 20 (3), pp. 326-346.
- NORRIS, P. (2000), *A Virtuous Circle: Political Communications in Post Industrial Society*, Cambridge, Cambridge University Press.
- POPKIN, S. L. (1991), *The Reasoning Voter*, Chicago, Chicago University Press.
- PLUMB, E. (1986), "Validation of voter recall: time of electoral decision making". *Political Behavior*, 8 (4), pp. 302-312.
- PUTNAM, R. D. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.
- ROHRSCHEIDER, R. (2002), "Mobilizing versus chasing: how do parties target voters in election campaigns?". *Electoral Studies*, 21, pp. 67-382.
- ROSE, R., e MCALLISTER, I. (1986), *Voters Begin to Choose: From Closed-Class to Open Elections in Britain*, Londres, Sage.
- SHAW, D. R. (2008). "Swing voting and U. S. presidential elections". In W. G. Mayer (org.), *The Swing Voter in American Politics*, Washington, D. C., Brookings Institution Press, pp. 75-101.
- SNIDERMAN, P. M., BRODY, R. A., e TETLOCK, P. E. (1991), *Reasoning and Choice. Explorations in Political Psychology*, Cambridge, Cambridge University Press.
- THOMASSEN, J. (org.) (2005), *The European Voter. A Comparative Study of Modern Democracies*, Oxford, Oxford University Press.
- VAN BIEZEN, I. (2003), *Political Parties in New Democracies. Party Organization in Southern and East-Central Europe*, Londres, Palgrave MacMillan.
- VAN DER EIJK, C., e FRANKLIN, M. (2009), *Elections and Voters*, Basingstoke, Palgrave.
- WHITNEY, D. C., e GOLDMAN, S. B. (1985), "Media use and time of vote decision". *Communication Research*, 12 (4), pp. 511-529.
- ZALLER, J. R. (1992), *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge, Cambridge University Press.
- ZUCCHINI, F. (1997), "La decisione di voto: i tempi, l'oggetto, i modi". In P. Corbetta e A. M. L. Parisi (orgs.), *A domanda risponde*, Bolonha, Il Mulino, pp. 91-138.