**Introdução**

Em 2022, o Brasil completou um ciclo de nove eleições presidenciais consecutivas desde o restabelecimento da democracia em 1988. Essa sequência de eleições, embora pareça curta se comparada a outras democracias, corresponde ao maior período com eleições disputadas consecutivamente de maneira livre e direta para presidente. Na democracia de 1946, inaugurada com o fim da Era Vargas e interrompida pelo governo militar de 1964, os brasileiros elegeram quatro presidentes, dos quais apenas dois concluíram os seus mandatos.

A longevidade não é a única característica a distinguir o período atual dos anteriores. O novo experimento democrático brasileiro foi marcado pelo amadurecimento de nossas instituições políticas e eleitorais. O sucesso da jovem democracia brasileira pode ser atestado em rankings de organizações internacionais que passaram a incluir o Brasil no seleto grupo das democracias estabelecidas. O Estado Global da Democracia, publicação do Instituto Internacional para a Democracia e a Assistência Internacional (International Idea/GSOD) que descreve as tendências democráticas mundiais em relação a uma ampla gama de atributos desde 1975, mostra o crescimento do Brasil em todos eles. Em 2014, o relatório colocava o Brasil à frente dos Estados Unidos e do Canadá no item “eleições limpas”.

A disputa presidencial de 2014, no entanto, marcou o início de um crescente processo de questionamento da integridade das eleições brasileiras. Aécio Neves e outras lideranças do PSDB, partido derrotado na eleição para presidente daquele ano, atribuíram publicamente a derrota à existência de fraudes e ingressaram com ação no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) na tentativa de invalidar a reeleição da ex-presidente Dilma Rousseff (PT). Nas duas eleições presidenciais seguintes, novas acusações contra a lisura do processo eleitoral vieram a ocorrer. Na última delas, em 2022, o ex-presidente Jair Bolsonaro evitou aceitar publicamente a derrota para Lula, alegando ter sido vítima de fraude.

Apesar dos questionamentos públicos relacionados à lisura das eleições brasileiras, a fraude ainda é um fenômeno pouco estudado no Brasil. Pouco se sabe sobre as suas práticas, a maneira como detectá-la, a sua extensão e as melhores políticas de como preveni-la. As publicações nacionais existentes se debruçam prioritariamente sobre a existência de fraudes durante o Império (1822-1889) ou a República Velha (1889-1930)[[1]](#footnote-1) e pouca atenção tem sido dada ao problema no processo democrático recente. Exceções são os estudos de Speck (2003) e Faria, Pintar e Paranaíba (2019).

Este artigo tem como objetivo suprir parte dessa lacuna ao analisar um *survey*  feito com 1500 eleitores no estado do Rio de Janeiro durante o segundo turno das eleições de 2022. O *survey* teve como propósito investigar o problema da compra de votos, tendo como método o experimento de lista. Esse método tem sido usado para medir a adesão de eleitores a temas sensíveis e vem sendo usado para países diferentes como Afeganistão, Nicarágua e Estados Unidos. No *survey* em questão, o objetivo era medir quantos eleitores estariam dispostos a votar em algum candidato em troca de algum favor ou benefício oferecido.

A compra de votos é um problema que precisa ser enfrentado por razões óbvias, pois manter a integridade do processo eleitoral é um princípio fundamental em todas as democracias. Eleições justas e limpas são critérios básicos que repercutem na qualidade da democracia, na legitimidade dos representantes e na confiança dos eleitores com o processo democrático (Alvarez, Hall e Haid, 2008). A consequência negativa das fraudes é a quebra de confiança dos eleitores com as regras do jogo democrático, ao alimentar o descontentamento com o governo, reforçar visões cínicas sobre a política, incentivar a desmobilização eleitoral e até mesmo a irrupção de violentos protestos de rua (Norris, Frank e Martínez i Coma, 2015).

Investigar o problema da compra de votos é fundamental, sobretudo, para a compreensão da dinâmica política do Rio de Janeiro. O estado do Rio de Janeiro é marcado por configurações políticas que o distingue dos demais estados da federação. Além de suas divisões regionais que demarcam lógicas políticas próprias, o Rio de Janeiro vem enfrentando nos anos recentes a preocupante relação entre crime, violência e política. Segundo o relatório “Mapa dos Grupos Armados do Rio de Janeiro”, do Núcleo de Estudos da Violência (NEV-USP), a milícia e o tráfico estão presentes em 96 dos 163 bairros da cidade, onde vivem 3,76 milhões de cariocas (57% da população).

O problema não se restringe à capital. Grupos milicianos, que entre as suas ações cobram taxas de moradores para financiar candidatos e restringem atividades de campanha de adversários, atuam em outros municípios da região metropolitana e do interior. Ademais, o estado esteve entre os primeiros colocados no ranking de denúncias do aplicativo Pardal do TSE. Dentre as 3166 denúncias registradas nas eleições de 2020, algumas cidades superaram mais de cem, como Barra Mansa (107), Campos (130), Duque de Caxias (119), Niterói (103), Nova Iguaçu (102) e Rio de Janeiro (580).

No entanto, os nossos dados não encontraram suporte para a ideia de que a compra de votos é uma prática generalizada no Estado tampouco algo mais frequente entre os estratos de menor renda e escolaridade. Esse resultado, que contraria o senso comum, é extremamente importante, pois mostra que outras modalidades de fraude, como coação e ameaças, possivelmente são mais frequentes e, consequentemente, danosas para a democracia brasileira em geral e do Rio de Janeiro em particular do que a captação ilícita de sufrágio.

A próxima seção discute o conceito de fraude eleitoral e da compra de votos. Em seguida, descrevemos o método de experimento de lista usado no artigo. Por fim apresentamos os resultados.

**Fraude nas eleições: o problema da compra de votos**

A fraude eleitoral como objeto de estudo é relativamente recente. O tema ganhou destaque após a acirrada e polêmica eleição presidencial norte-americana da Flórida, em 2000, que deu a vitória no Colégio Eleitoral ao republicano George W. Bush (Alvarez, Hall e Haid, 2008). Apesar do crescente interesse, estudar a fraude permanece uma tarefa complexa do ponto de vista teórico e metodológico. É um exercício complexo teoricamente pois não há consenso entre pesquisadores sobre como definir o conceito (Vickery e Shein, 2012). Ao mesmo tempo, por ser uma atividade plural e clandestina é difícil de ser observada.

A fraude costuma ser definida de duas maneiras distintas. A primeira enxerga a fraude a partir de um ponto de vista legalista. Segundo os pesquisadores filiados a esta abordagem, a fraude eleitoral pode ser entendida como tudo aquilo que viola um princípio estabelecido por lei. Esse é o princípio que norteia a Justiça Eleitoral brasileira em suas decisões que fundamentam a convocação de eleições suplementares diante de casos como compra de voto, abuso de poder político e abuso de poder econômico (Nogueira, 2019). Donsanto (2008) argumenta, no entanto, que até mesmo uma definição legalista de fraude varia entre diferentes países ou mesmo dentro de um mesmo país. Ele cita, por exemplo, práticas que são consideradas fraudulentas em um estado norte-americano, mas não são em outros, devido às características do federalismo dos Estados Unidos que delega aos entes estaduais a responsabilidade de criar as suas próprias regras eleitorais.

A segunda visão compreende a fraude de maneira mais ampla, consistindo em qualquer tipo de manipulação política, clandestina ou não, que um governo, partido ou candidato pratica para obter alguma vantagem eleitoral (Birch e Carlson, 2012). Entre elas, a aprovação de leis que prejudiquem o cadastramento de eleitores, dificultam o exercício do voto ou inibm a atuação de adversário políticos (Schedler, 2002). Essa segunda visão é a que orienta as missões de observação eleitoral que consideram como viciadas as eleições que não respeitam normas e princípios de qualidade estabelecidos por instituições internacionais (Hall e Wang, 2008).

Estudar a fraude empiricamente é outro exercício desafiador, pois envolve descobrir quem a pratica nas duas pontas do problema (na oferta e no recebimento) durante todas as etapas do ciclo eleitoral (Hyde, 2008). A dificuldade em detectar a fraude reside, justamente, de ser uma atividade clandestina, cujos atores se esforçam para não deixar rastros de suas ações. Além disso, dimensionar a sua extensão e a sua influência sobre o resultado é extremamente difícil, já que muitas vezes ficamos sem conseguir distinguir entre tentativas flagrantes de manipular a eleição e anomalias, incidentes ou irregularidades isoladas que podem ser completamente não intencionais e serem, simplesmente, “choro de perdedor” sem nenhuma comprovação real de que houve a fraude (Alvares, Hyde e Hall, 2008).

A fraude é, ainda, uma atividade plural e há diferentes maneiras para um governo, partido ou candidato obter vantagem ilegal sobre os seus adversários. Como a fraude pode ocorrer nas diferentes fases que compõem o ciclo eleitoral (pré-eleitoral, eleitoral e pós-eleitoral), os tipos de fraude vão variar de acordo com cada uma dessas etapas (Schedler, 2002). A adulteração ou manipulação no cadastro de eleitores, por exemplo, é uma fraude típica da etapa pré-eleitoral. Na fase eleitoral, a fraude pode se manifestar na forma de coação de candidatos e eleitores ou na forma de compra de votos mediante a oferta de dinheiro, bens, benefícios ou outras vantagens, conforme tipificado no artigo 299 do Código Eleitoral brasileiro (Lei 4. .737 de 15 de Julho de 1965). Por fim, na fase pós-eleitoral, a fraude é associada à contagem dos votos.

A compra de votos pode ser definida como uma distribuição de recompensas durante a eleições em troca de votos (Nichter, 2014). No entanto, ela pode ser considerada uma estratégia cara, arriscada e incerta (Bahamonde e Canales, 2022). Os partidos precisam de dinheiro para poderem comprar votos e, quanto maior o eleitorado e a competitividade da eleição, maiores serão os recursos que precisam ser investidos. Ao mesmo tempo, compra de votos é arriscada pelas consequências negativas que estão associadas a ela, seja pelo desgaste causado na reputação por ser uma prática socialmente condenável (González-Ocantos et al., 2014; Weitz-Shapiro, 2012) seja pela punição penal que prevista em lei (Nogueira, 2019)[[2]](#footnote-2). Por fim, a compra de votos é arriscada porque o voto é secreto, impedindo os candidatos de monitorarem eficazmente o resultado de seus investimentos. Eleitores podem receber o dinheiro e ainda assim votarem em suas reais preferências na ausência de um mecanismo eficaz de cobrança e castigo por parte de quem comprou o voto (Nichter, 2008; Vicente, 2014).

Se a compra de votos é cara, arriscada e incerta, por que partidos e candidatos alocam recursos nesta estratégia? A teoria tradicional da compra de votos argumenta que partidos e candidatos compram votos quando estão perdendo eleições. Dessa forma, avaliam que o risco associado a ser preso ou a enfrentar o desgaste na opinião pública compensa o risco de perder a eleição (Kitschelt and Wilkinson, 2006). Nesse caso, partidos e candidatos buscam estratégias de compra de votos de possam ser mais eficazes e menos condenáveis como oferecer bens e serviços em vez de dinheiro ou oferecer o “pagamento” somente após a apuração dos votos (Rueda, 2017)[[3]](#footnote-3). Nitcher (2008) vai argumentar ainda que devido à incerteza inerente deste tipo de transação política, partidos e candidatos compram a “abstenção” de eleitores, isto é, pagam para eleitores adversários não comparecerem às urnas.

Independente dos riscos e incertezas associadas, a compra de votos é um fenômeno presente nas eleições brasileiras. Nogueira (2019) estudou a judicialização das eleições municipais e constatou que a Justiça Eleitoral cancelou 136 (31,4%) das eleições para prefeito entre 2004 e 2016 por causa da compra de votos. O instrumento da Ficha Limpa foi a segunda razão mais citada nas decisões judiciais para anular eleições ordinárias, com 106 casos (24%). Ou seja, no período analisado pelo autor, a compra de votos constituiu o principal motivo pela convocação de eleições suplementares no país.

As decisões judiciais analisadas por Nogueira (2019) são um indício importante do problema, mas insuficiente para detectarmos a existência e a extensão da compra de votos no país. As decisões judiciais são uma pequena amostra e podem ser consideradas casos excepcionais que se tornaram públicos seja pela denúncia de candidatos e eleitores ou por investigações conduzidas pelo Ministério Público eleitoral. Como argumentamos acima, a fraude é uma atividade clandestina e quem a pratica procura não deixar vestígios de suas ações.

A compra de votos, é preciso lembrar, é uma atividade de mão dupla e para que ela exista é preciso que alguém oferte ou outra pessoa aceite, ou seja, a compra de votos só é possível se alguém está disposto a trocar o voto por alguma vantagem monetária ou outro tipo de benefício. Há certa concepção popular de que as pessoas de baixa renda e de baixa escolaridade seriam aquelas mais propensas a aceitarem trocar o voto devido à sua condição de vulnerabilidade social. No entanto, não é o que mostram as pesquisas nacionais e internacionais. De acordo com os dados analisados por Speck (2003), não há diferenças significativas relacionadas à renda ou à escolaridade do eleitor. A idade foi a única variável sociodemográficas que demonstrou ter alguma relação, com os jovens revelando terem recebido mais ofertas de compra de votos do que pessoas de maior idade. Também não encontraram evidência relacionadas à renda ou escolaridade em estudo sobre fraude nos Estados Unidos (Ahlquist, Mayer e Jackman, 2014).

Diante da constatação de que a compra de votos é um acordo clandestino entre candidatos e eleitores, no qual ambos estariam vulneráveis às sanções previstas em lei, como é possível medir a existência da compra de votos? Dentre as diferentes ferramentas existentes na ciência política, as pesquisas de opinião estão entre as mais usadas (Lehoucq, 2003). Este método consiste em realizar entrevistas com uma amostra da população para avaliar a percepção e/ou a vivência pessoal do eleitor. Neste tipo de pesquisa, o método mais usual é convidar o entrevistado a responder se recebeu ou conhece alguém que recebeu a oferta de dinheiro ou algum tipo de benefício em troca de voto ou apoio político. Essa foi a estratégia usada, por exemplo, por Fergunson e Riaño (2013), Cornelius (2002) e Speck (2003) para medir a ocorrência de fraudes em eleições colombianas, mexicanas e brasileiras.

Nos últimos anos, a técnica de experimento em lista vem sendo indicada como a mais apropriada para medir a adesão de cidadãos e eleitores a temas sensíveis. Temas sensíveis são aqueles considerados controversos nos quais o entrevistado tem dificuldade, receio ou vergonha de admitir quando perguntado diretamente por um desconhecido. Situam-se nessa categoria perguntas sobre consumo drogas e outros comportamentos socialmente condenáveis como a compra de votos ou racismo.

No Brasil, o experimento em lista foi usado para investigar a aceitação da política de cotas raciais por alunos brancos nas universidades públicas (Turgeon, Chaves e Wives, 2014; Burle e Turgeon, 2020) ou para medir possível preconceito com o Programa Bolsa Família e seus beneficiários (Mundim, Vidigal, Michelotti e Pinto, 2019). No caso específico da compra de votos, a técnica é igualmente aconselhada, uma vez que, ao admitir a troca de voto por algum benefício, o entrevistado confessa a participação em um crime que é passível de pena de reclusão de até quatro anos (Art. 299 do Código Eleitoral). A seção seguinte descreve o experimento de lista.

**Metodologia: o Experimento em Lista**

No experimento em lista, os eleitores são apresentados a uma lista de itens e perguntados com quantos (em oposição a quais) desses itens eles concordam. Uma vez que esses respondentes revelam apenas um número, não é possível inferir se um indivíduo específico admite o item sensível, a menos que o indivíduo responda o número máximo de itens (Ahlquist, Mayer e Jackman, 2014). Durante a administração dos questionários, os entrevistados são aleatoriamente designados para dois grupos, tratamento e controle, com igual probabilidade. Os membros do grupo de controle veem uma lista com quatro itens, enquanto que os membros do grupo de tratamento veem mesma lista, porém acrescida de um quinto item (o item sensível). Os itens de controle de um a quatro são maneiras inocentes dos indivíduos indicarem o critério de escolha dos candidatos durante a eleição.

Assumindo que a randomização funciona adequadamente e que os eleitores respondem sinceramente à pesquisa, a única diferença entre os grupos de controle e de tratamento é a quantidade de itens que cada grupo vê. De acordo com Gonzalez-Ocantos et. al. (2012), a diferença entre as duas médias indica uma estimativa pontual do número de pessoas relatando a troca de votos. Assim, se o número médio de itens for de 1,95 e o número médio no grupo de tratamento foi de 2,08 indica que 13% (2,08 - 1,95) dos respondentes informaram a troca de favor como critério.

Em nosso experimento, a intenção era medir a admissibilidade de um eleitor votar em troca de algum favor ou benefício. Para isso, conduzimos um *survey* com 1529 eleitores do Estado do Rio de Janeiro entre os dias XX e XX de outubro de 2022. Para medir a prática da compra de votos entre os eleitores do estado, selecionamos como critérios inócuos de decisão eleitoral a coragem, as propostas, a religião e a ideologia dos candidatos. O quinto e sensível item, apresentado somente para o grupo de tratamento, foi o item algum favor ou benefício que o candidato oferece em troca do voto (Tabela 1).

**Tabela 1: Itens Apresentados no Experimento**

| **Item** | **Indique o número de critérios** |
| --- | --- |
| a | A coragem do candidato |
| b | A proposta do candidato |
| c | A religião do candidato |
| d | A ideologia do candidato |
| Tratamento | Algum favor ou benefício que o candidato oferece em troca do voto |

Adicionalmente, incluímos outras duas perguntas no questionário. A primeira indagava indiretamente se a pessoa conhecia alguém que havia trocado o voto por um favor ou benefício que recebeu de um candidato. A segunda perguntava diretamente se a própria pessoa já havia trocado o voto por algum favor ou benefício. Essas perguntas foram redigidas da forma mais próximas possíveis do item sensível apresentado na lista para que servissem de base para comparação entre as metodologias. As perguntas direta e indireta foram redigidas da seguinte maneira:

Indireta: “*O(A) sr(a) conhece alguém que já trocou o voto por um favor ou benefício que recebeu de algum candidato?*”

Direta: “*O(A) sr(a) já trocou o voto por um favor ou benefício que recebeu de algum candidato?*”

Uma observação importante que precisa ser feita é que essas duas perguntas, assim como o item sensível do experimento de lista, não buscavam medir o comportamento do eleitor especificamente na eleição de 2022, mas tinham como foco um comportamento mais amplo no tempo.

**Resultados**

A Tabela 2 apresenta os resultados estatísticos básicos. Nela, podemos observar que a pergunta indireta apresenta o maior percentual. Cerca de 52% dos eleitores revelaram que conhecem alguém que já trocou o voto por algum favor ou benefício. O percentual cai acentuadamente para 6,3% quando a pergunta é feita diretamente. Na técnica de experimento em lista, o percentual encontrado foi de 10%. Embora esse percentual seja ainda bastante inferior à pergunta indireta, ele é levemente superior à pergunta indireta, acrescentando indícios de que há troca de votos por benefícios.

**Tabela 2. Estatísticas Descritivas**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Experimento em lista | | | | |  | Perguntas | | | | | | |
|  | Controle | |  | Tratamento | |  | Indireta | | |  | Direta | | |
| Itens | N | % |  | N | % |  |  | N | % |  |  | N | % |
| 0 | 30 | 3,9 |  | 37 | 4,9 |  | Sim | 791 | **51,7** |  | Sim | **97** | **6,3** |
| 1 | 280 | 36,2 |  | 244 | 32,3 |  | Não | 731 | 47,8 |  | Não | 1428 | 93,4 |
| 2 | 245 | 31,7 |  | 215 | 28,4 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 137 | 17,7 |  | 168 | 22,2 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 81 | 10,5 |  | 68 | 9,0 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  | 24 | 3,2 |  | Não sabe | 7 | 0,5 |  | Não sabe | 4 | 0,3 |
| Total | 773 | 100 |  | 756 | 100 |  | Total | 1529 | 100 |  | Total | 1529 | 100 |
| Média\* | 1,96 (1,051) | |  | 2,06 (1,163) | |  |  |  |  |  |  |  |  |
| \* Desvio padrão entre parêntesis | | | | | | | | | | | | | |

O teste de diferença de médias, no entanto, não encontrou evidências consistentes de troca de voto do eleitor por vantagem ou benefício. O valor-p corrigido por Bonferroni (Bonferroni-corrected p-value) é 0,334. A troca do voto por vantagem pode acontecer mais entre alguns grupos e não em outros. Assim, antes de apresentarmos a análise multivariada, apresentamos a diferença de média entre diferentes grupos que podem ser relevantes.

Incluir figura

Sociais: Sexo, Idade (faixaidade2), Raça (raça2), Escolaridade (escolaridade2), Renda (renda2), Religião (religião2) e Local de Moradia (região3)

Políticas: Ideologia (ideologia2), Importância do voto (Q5), Voto Obrigatório (Q6 ou Q7, acho que Q7 mais relevante pois é um comportamento) e Confiança na Urna (Q8)

Entre parêntesis o nome da variável no banco de dados

**MODELO**

A análise padrão de experimentos de lista usa apenas as estimativas de diferença de médias. Todavia, a técnica de Regressão de Contagem de Itens, modelo estatístico recentemente desenvolvido por Blair e Imai (2012) permitem avaliar o impacto de covariáveis na diferença média do número de itens. A RCI usa o número de itens que o entrevistado relatou como a variável dependente, mas explora aspectos dos preditores lineares para construir modelos de regressão multivariados.

Esses modelos permitem estimar simultaneamente como diferentes covariáveis se relacionam tanto com o item de tratamento quanto com a probabilidade de responder afirmativamente a um maior número de itens de controle. Ajustamos modelos de regressão de Contagem de Itens usando o estimador de máxima verossimilhança descrito em Blair e Imai (2012); Imai (2011).

Variáveis do modelo

Sociais: Sexo, Idade (faixaidade2), Raça (raça2), Escolaridade (escolaridade2), Renda (renda2), Religião (religião2) e Local de Moradia (região3)

Políticas: Ideologia (ideologia2), Importância do Voto (Q5), Voto Obrigatório (Q6 ou Q7, acho que Q7 mais relevante pois é um comportamento) e Confiança na Urna (Q8)

Sugestão para modelos

Modelo 1: com variáveis sociais

Modelo 2: com variáveis políticas

Modelo 3: completo

**Conclusão**

A integridade das eleições é um requisito fundamental para o correto funcionamento da democracia (Norris, 2014). Quando as pessoas percebem ou desconfiam que as eleições não foram limpas e sim permeadas por fraudes ou outros tipos de manipulação política as consequências podem ser drásticas. Em um estado como o Rio de Janeiro que vivencia em seu cotidiano a triste relação entre crime e política e que teve, em período recente, seis dos seus últimos governadores presos ou afastados do cargo por denúncias de corrupção, o correto funcionamento das instituições democráticas passa a ser uma necessidade ainda maior.

Neste artigo, investigamos a integridade das eleições municipais de 2020 no Rio de Janeiro a partir de duas abordagens distintas, porém interligadas. Na primeira parte, investigamos a ocorrência da compra de votos a partir de duas perguntas que indagam se o eleitor conhecia alguém que havia recebido a oferta de algum benefício em troca de apoio ou voto e se ele próprio havia recebido a oferta. Cerca de 17% dos entrevistados responderam sim a uma ou às duas perguntas. Isso significa que aproximadamente 2 milhões de eleições do Rio de Janeiro tiveram alguma experiência direta ou indireta com a tentativa de compra de votos nas eleições de 2020.

O fenômeno alcançou prioritariamente jovens eleitores com idade entre 16 e 24 anos, evangélicos, moradores da região metropolitana e/ou do interior e, curiosamente, com alta escolaridade e escolaridade. Esses dois últimos resultados contrariaram o senso comum de que a compra de votos seria um tipo de corrupção eleitoral voltada prioritariamente para os pobres e os menos escolarizados. Porém, como mencionado acima, este resultado é semelhante ao obtido por Speck (2003) em sua análise sobre fraude nas eleições municipais de 2000. Com isso, já temos razoável acúmulo de evidências para ao menos desconfiar deste senso comum.

Os números obtidos podem, no entanto, refletir apenas parcialmente o fenômeno da compra de votos por uma deficiência do método. Como é sabido em estudos que usam pesquisas de opinião para medir a ocorrência de votos, eleitores tendem a oferecer resistência para responder sinceramente a questões delicadas. Eleitores tendem a esconder a sua real opinião ou experiência com a fraude por receio de algum tipo de sanção social ou até mesmo criminal.

Na segunda parte do capítulo, buscamos avaliar a confiança do eleitor do Rio de Janeiro na urna eletrônica. Como debatido, o processo eletrônico de votação brasileiro tem sido vítima de uma campanha de desinformação nas redes sociais desde as eleições nacionais de 2014, dando conta de que a urna não é segura e vulnerável a fraudes. Novamente, as consequências da falta de confiança na urna podem ser altamente prejudiciais à legitimidade das eleições. Se o eleitor não confia que seu voto será processado e dado corretamente ao candidato em quem votou, o risco de colapso da democracia é grande.

Para isso, analisamos uma pergunta incluída no questionário que perguntava o nível de confiança do eleitor. As respostas foram equilibradas: 28,8% dos entrevistados disseram confiar muito na urna, 39,5% disseram confiar pouco e 29,9% afirmaram não confira na urna eletrônica. Os números mostram que as pessoas com plena confiança são as mais velhas, com alta renda e escolaridade, não branco, morador do interior e católico. Ao mesmo tempo, são pessoas com muito interesse pela eleição, que consideram votar um ato importante, que se informam pelos veículos tradicionais, de esquerda e com preferência por algum partido e que votaram em candidatos vencedores nas eleições.

O Brasil tem, cada dia mais, perdendo prestígio e posições nos rankings internacionais que medem qualidade da democracia, como indicam as medições feitas pela International Idea e V-DEM Institute. Não podemos deixar que o processo avance ainda mais.

**Bibliografia**

Alvarez, M; Hall, T., Hyde, S. Introduction: Studying Election Fraud. In: Michael Alvarez, Thad Hall, Susan Hyde. (Eds.) Election Fraud: detecting and deterring electoral manipulation, p. 1-20, 2008.

Birch, S.; Carlson, J. “Electoral Malpractice Primer: Insights and Priorities”. Electoral Integrity Framework Project, Creative Associates International, Washington. D.C, 2012.

Carvalho, J. M. A construção da ordem e teatro das sombras. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

Chaves, Monica; Braga, Adriana. A pauta da desinformação: “fake news” e análise de categorizações de pertencimento na eleição presidencial brasileira em 2018. *Brazilian Journalism Research*, v. 15, n. 3, p. 498-523, 2019.

Cornelius W. La eficacia de la compra y coacción del voto en las elecciones mexicanas de 2000. *Perfiles Latinoamericanos*, n. 20, p. 11–32, 2002.

Davalle, R. Federalismo, política dos governadores, eleições e fraudes eleitorais na República Velha. *MÉTIS: história & cultura*, v. 2, n. 4, p. 225-246, 2003.

Faria, P. N.; Pintar, M. F.; Paranaíba, P. F. Eleições presidenciais 2014 no brasil: análise dos resultados do segundo turno por meio da lei de newcomb-benford para o segundo dígito. Revista Inova Ciência & Tecnologia, Uberaba, v. 5, n. 1, p. 56-63, 2019.

Fergunson, L.; Riaño, J. La política colombiana a la luz de la ELCA: Entre el desinterés y el clientelismo. In: Lina, María Castaño Mesa (Ed.) Colombia en movimento, p. 121-145, 2013.

Gomes, W; Dourado, T. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019.

Hidalgo, F. D. Digital democratization : suffrage expansion and the decline of political machines in Brazil. Paper. Berkeley: UC., 2010.

Hyde, S. How International Observers Detect and Deter Fraud. In: Michael Alvarez, Thad Hall, Susan Hyde. (Eds.) Election Fraud: detecting and deterring electoral manipulation, p. 216-234, 2008.

Lehoucq, F. Electoral fraud: Causes, types, and consequences. *Annual Review of Political Science*, v. 6, p. 233–256, 2003.

Limongi, F. Revisitando as eleições do Segundo Reinado: manipulação, fraude e violência. *Lua Nova*, n. 91, p. 13-51, 2014.

Nicolau, J. A história do voto no Brasil. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002a.

Nicolau, J. A participação eleitoral no Brasil. In: Vianna, L. W. (Ed.) A democracia e os três poderes no Brasil. Belo Horizonte: Editora UFMG, pp. 255–295, 2002b.

Nicolau, J. Impact of Electronic Voting Machines on Blank Votes and Null Votes in Brazilian Elections in 1998. *Brazilian Political Science Review*, v. 9, n. 9, p. 3-20, 2015.

Nogueira, A. J. A. “Judicialização da competição eleitoral municipal: as eleições suplementares de 2004 a 2018”. Lumen Juris, 2019.

Norris, P. Why electoral Integrity Matters. New York: Cambridge University Press, 2014.

Norris, P; Frank, R.; Martínez i Coma, F. Assessing the quality of elections*. Journal of Democracy*, v. 24, n. 4, pp. 124-135, 2013.

Recuero, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, v. 20, n. 3, p. 383-406, 2020.

Ricci, P.; Zulini, J. P. Partidos, Competição Política e Fraude Eleitoral: A Tônica das Eleições na Primeira República. *Dados - Revista de Ciências Sociais*, v. 57, n. 2, p. 443-479, 2014.

Ruediger, Marco Aurélio; Grassi, Amaro. Desinformação na Era Digital: amplificações e panorama das Eleições 2018. Policy paper. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2018.

Ruediger, Marco Aurélio et al. Desinformação On-Line e Eleições No Brasil: A circulação de links sobre desconfiança no sistema eleitoral brasileiro no Facebook e no YouTube (2014-2020). Policy paper. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2020.

Schedler, A. The Menu of Manipulation. *Journal of Democracy*, v. 3, n. 2, p. 36-50, 2002.

Soares, G. A. D. “A democracia Interrompida”. Rio de Janeiro: FGV, 2001.

Speck, B. A compra de votos – uma aproximação empírica. *Opinião Pública*, v. 9, n. 1, p.148-169, 2003.

Vickery, C.; Shein, E. Assessing Electoral Fraud in New Democracies: Refining the Vocabulary. *Ifes White Paper Series*, 2012.

Zucco, C. ; Nicolau, J. Trading old errors for new errors? The impact of electronic voting technology on party label votes in Brazil. *Electoral Studies*, v. 43, p. 10-20, 2016.

Kitschelt, Herbert, Wilkinson, Steven, 2009. Citizen-Politician Linkages: An Introduction. In: Kitschelt, Herbert, Wilkinson, Steven (Eds.), Patrons, Clients and Policies. Patterns of Democratic Accountability and Political Competition. Cambridge University Press, Cambridge, pp. 1–49.

Rueda, Miguel, 2017. Small Aggregates, Big Manipulation: Vote Buying Enforcement and Collective Monitoring. Am. J. Political Sci. 61 (1), 163–177.

Vicente, Pedro, 2014. Is Vote Buying Effective? Evidence from a Field Experiment in West Africa. Econ. J. 124 (574), F356–F387.

Weitz-Shapiro, Rebecca, 2012. What Wins Votes: Why Some Politicians Opt Out of Clientelism. Am. J. Political Sci. 56 (3), 568–583.

Nichter, Simeon, 2014. Conceptualizing Vote Buying. Elect. Stud. 35, 315–327.

Nichter, Simeon, 2008. Vote Buying or Turnout Buying? Machine Politics and the Secret Ballot. Am. Political Sci. Rev. 102 (01), 19–31.

González-Ocantos, Ezequiel, de Jonge, Chad Kiewiet, Nickerson, David, 2014. The Conditionality of Vote-Buying Norms: Experimental Evidence from Latin America. Am. J. Political Sci. 58 (1), 197–211.

González-Ocantos, Ezequiel, de Jonge, Chad, et al., 2012. Vote Buying and Social Desirability Bias: Experimental Evidence from Nicaragua. Am. J. Political Sci. 56 (1), 202–217.

1. São exemplos os textos de Soares (2001), Nicolau (2002a), Davalle (2003), Carvalho (2008), Limongi (2014) e Ricci e Zulini (2014). [↑](#footnote-ref-1)
2. No Brasil, a compra de votos acarreta o cancelamento das eleições e a convocação de eleições suplementares e pode acarretar a pena de reclusão de até quatro anos para quem compra e para quem vende. [↑](#footnote-ref-2)
3. Contribuições mais recentes vão ressaltar que partidos que detém o monopólio político, como o PRI no México, utilizam práticas clientelísticas como a compra de votos para impedir a entrada de concorrentes políticos (Magaloni, 2008). [↑](#footnote-ref-3)