

## DOSSIÊ

### História da Política e do Direito Internacional

Carla Froener Ferreira<sup>1</sup>

## ENSAIO

### O IMPACTO DO CLIENTELISMO NA ESCOLHA DO VOTO NO CONTEXTO DO TEOREMA DO ELEITOR MEDIANO

#### THE IMPACT OF CLIENTELISM ON THE CHOICE OF VOTE IN THE CONTEXT OF THE MEDIAN VOTER THEOREM

#### RESUMO:

O presente estudo busca analisar o comportamento racional do eleitor, tendo como base o teorema do eleitor mediano e a possível influência do clientelismo nestas relações. Neste contexto, elaborou-se o seguinte problema de pesquisa: "De que maneira o clientelismo em sociedades desiguais impacta no voto de eleitores no contexto do teorema do eleitor mediano?" Para responder a esta pergunta, utilizou-se como metodologia a revisão bibliográfica, partindo dos estudos de Anthony Downs e passando por outros teóricos de destaque nacional e internacional. De acordo com a literatura pesquisada, verificou-se que as práticas clientelistas são mais comuns entre pobres do que ricos em sociedades desiguais, motivo pelo qual partidos de esquerda que deveriam fazer políticas redistributivas acabam, por vezes, promovendo políticas clientelistas. Observa-se que, ainda que o voto seja secreto, em diversas situações os partidos políticos conseguem monitorar as características dos eleitores individualmente, estabelecendo uma relação de clientelismo contínuo.

**Palavras-chave:** Voto; Clientelismo; Políticas Públicas; Teorema do Eleitor Mediano.

#### ABSTRACT:

The present study seeks to analyse the voter's rational behaviour, based on the median voter theorem and the possible influence of clientelism in these relationships. In this context, the following research problem was elaborated: "How does clientelism in unequal societies impact on voters' vote in the context of the median voter theorem?" To answer this question, the bibliographic review was used as a methodology, starting from the studies of Anthony Downs and passing through other theoreticians of national and international prominence. According to the researched literature, it was found that clientelist practices are more common among the poor than the rich in unequal societies, which is why leftist parties that should do redistributive policies end up sometimes promoting clientelist policies. It is observed that, although the vote is secret, in different situations, political parties manage to monitor the characteristics of individual voters, establishing a relationship of continuous clientelism.

**Keywords:** Vote; Clientelism; Public Policy; Median Voter Theorem.

## INTRODUÇÃO

O teorema do eleitor mediano é sempre muito estudado para tentar entender racionalmente o comportamento de um eleitor e,

assim, atingir o objetivo de todo candidato, o de ser eleito. Ocorre que, apesar de o modelo apresentar argumentos consistentes, o modo como foi formulado inicialmente, destacando a importância do eleitor mediano, teria como consequência a aproximação das plataformas

<sup>1</sup> Doutoranda em Políticas Públicas na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Direito pela Universidade La Salle, com área de concentração em Direito e Sociedade. Especialista em Direito Civil e Processual Civil pela Faculdade Instituto de Desenvolvimento Cultural (IDC). Graduada em Direito pelo Centro Universitário Ritter dos Reis (UNIRITTER). Advogada (OAB n 65.998). carlafroener@gmail.com  <https://orcid.org/0000-0001-8010-3330>

políticas e sua convergência para o centro (posição mediana). Com o passar dos anos e o aprimoramento das pesquisas, novas abordagens e complementações foram sendo desenvolvidas para explicar o motivo de isto não acontecer na prática e passam a considerar outros fatores como determinantes além das utilidades de Anthony Downs.

Entre os fatores que são apresentados neste texto, e que é foco deste estudo, está o clientelismo. Não são raras as vezes que questões envolvendo práticas clientelistas retornam para o centro dos debates sobre competição eleitoral, na medida em que podem minar a decisão de um eleitor.

Diante de tal contexto, elaborou-se o seguinte problema de pesquisa: De que maneira o clientelismo em sociedades desiguais impacta no voto de eleitores no contexto do teorema do eleitor mediano? Para responder a esta pergunta, utilizou-se como metodologia a revisão bibliográfica, partindo dos estudos de Downs e passando por outros teóricos de destaque nacional e internacional.

Este artigo está estruturado em duas seções. Na primeira, é feita a análise do teorema do eleitor mediano e aprimoramentos que foram sendo apresentados diante do paradoxo de que todos os partidos políticos, na busca por novos eleitores, convergiram igualmente para o mesmo ponto. A segunda seção ocupa-se em examinar os conflitos distributivos, o clientelismo e as preferências do eleitor em sociedades marcadas pela desigualdade. Ao final serão apresentadas as principais conclusões deste estudo.

## MODELO ESPACIAL DO VOTO E TEOREMA DO ELEITOR MEDIANO

Para uma análise da relação existente entre voto, eleições e políticas públicas sob a perspectiva da economia política e da teoria da escolha

racional, os estudos de Anthony Downs<sup>2</sup> (1997; 2000) são o ponto de partida. Juntamente com Duncan Black, Downs é reconhecido como o autor que adaptou a teoria espacial para a política, defendendo que o poder político se encontra no mediano da distribuição de renda e que a estabilidade dos sistemas políticos depende da natureza das preferências dos cidadãos, bem como das regras usadas para somar essas preferências para as escolhas sociais (HINICH; MUNGER, 1997, p. 21).

Uma das dimensões centrais do pensamento de Downs é a de que, considerando que se vive em um mundo de desigualdade social e conhecimento imperfeito<sup>3</sup>, os partidos nem sempre sabem exatamente o que os cidadãos desejam, ao mesmo tempo em que os cidadãos nem sempre sabem o que o governo ou sua oposição fez ou deveria fazer para atender aos seus interesses. Além disso, a informação necessária para superar os dois tipos de ignorância é custosa frente à escassez de recursos. Assim, os eleitores são racionalmente ignorantes e a falta de informação cria uma demanda por ideologias no eleitorado. Os partidos, por sua vez, respondem criando ofertas que atraem votos (DOWNS, 1957, p. 139; 142).

Para Downs (2000, p. 50), “os partidos políticos formulam políticas a fim de ganhar eleições, e não ganham eleições a fim de formular políticas”. Neste sentido, as políticas públicas seriam uma consequência da corrida partidária, já que o objetivo dos políticos é alcançar as recompensas de ocupar o cargo almejado, tais como poder, prestígio e renda. As políticas tornam-se puramente meios de atingir os fins particulares.

Para melhor explicar a competição espacial do voto sob o enfoque de ideologias políticas, Downs desenvolve o modelo inicialmente apresentado por Hotelling (1929, p. 41-57). De modo geral, pode-se imaginar uma escala linear de zero a cem, na qual as preferências políticas são

<sup>2</sup> Para uma crítica ao modelo de Downs, conferir Haddad (2000).

<sup>3</sup> Em uma suposição de conhecimento perfeito racional, nenhum cidadão pode influenciar o voto de outro, cada um sabe o que mais o beneficiaria, o que o governo está fazendo e o que outros partidos fariam se estivessem no poder. A preferência política do cidadão é fixa e o leva diretamente a uma decisão inequívoca sobre como ele deve votar (DOWNS, 1957, p. 139).

ordenadas da esquerda para a direita e as preferências de todo eleitor têm um único pico em algum ponto desta escala. Devido à competição, considerando um sistema bipartidário, cada partido se movimenta em direção a seu oponente do ponto de vista ideológico, a fim de obter o apoio político dos eleitores que se concentram na posição mediana. Essa convergência para o centro fará com que os partidos aproximem suas plataformas eleitorais e se tornem mais moderados. Nessa configuração, em uma eleição majoritária, a posição mediana é decisiva e garantirá a vitória na eleição (DOWNS, 2000, p. 136-138; 1957, p. 142-143). Esta construção levou muitos cientistas políticos, economistas e sociólogos a pensar na ideia do Teorema do Eleitor Mediano, cuja proposição pode ser demonstrada por meio de um processo lógico<sup>4</sup>.

Da mesma forma que o governo procura maximizar o número de votos e o apoio político, os eleitores também possuem um comportamento auto interessado, visando maximizar suas utilidades. Eles votam de acordo com a mudança em sua receita de serviços públicos provenientes da atividade governamental e as alternativas oferecidas pela oposição. Logo, a decisão de voto do eleitor será baseada na comparação entre os serviços públicos que ele recebeu durante o período em que o partido X esteve em exercício e os serviços que ele acredita que teria recebido se o partido Y da oposição estivesse no poder (DOWNS, 1957, p. 138).

Desse modo, em uma democracia em que todos os cidadãos podem exercer o direito de voto, Meltzer e Richard (1981) defendem que se a renda do eleitor mediano é menor que a renda média da sociedade, sua preferência partidária será em prol da redistribuição. Esta premissa levaria à conclusão de que quanto mais desigual for um país, maior será o apoio à redistribuição<sup>5</sup>. Em outras palavras, indivíduos com renda abaixo

da correspondente a dos eleitores decisivos escolhem candidatos a favor de tributação mais alta e políticas redistributivas. Já os eleitores de renda acima da média do eleitor mediano votam em quem defende menos tributação e menos redistribuição.

Ocorre que a teoria como Downs formulou, na qual se destaca a importância do eleitor mediano, encaminharia o sistema para um paradoxo da competição (ou ausência de competição), já que, na busca por votos, todos os partidos convergiriam igualmente para a posição mediana. Neste contexto, estudos são desenvolvidos para explicar o porquê de isto não acontecer na prática e passam a considerar outros fatores como determinantes além das utilidades de Downs.

Piketty (1995) acrescentará a ideia de mobilidade social com relação à redistribuição, para tentar explicar por que pessoas com idênticos rendimentos, mas com diferentes origens sociais votam de maneira diversa. O autor afirma que não é apenas a renda atual do eleitor que importa na sua decisão de voto, mas também o seu histórico (ou de sua família), ou seja, se a renda cresceu ou reduziu ao longo dos anos. Dessa forma, pessoas que foram pobres no passado votam diferente de pessoas que sempre foram ricas e das que sempre foram pobres: as que ascenderam de classe social apoiam menos a redistribuição do que os pobres estáveis; por outro lado, são mais favoráveis a políticas redistributivas do que os ricos estáveis.

Outro ponto que não fora desenvolvido no modelo de Downs é a existência de grupos que influenciam os eleitores e a formação de redes partidárias. Assim, militantes, filiados à partidos políticos, movimentos sociais e associações de determinadas categorias são exemplos de mecanismos que criam relações e afinidades entre eleitores e partidos políticos, de modo a induzir o voto. Nesta perspectiva, Cox e McCubbins (1986)

<sup>4</sup> Menezes, Saiani e Zoghbi (2011) testam o teorema do eleitor mediano nos municípios brasileiros. Utilizando dados do ano de 2000, verificam o impacto dos desvios da cesta ofertada em relação à demanda mediana sobre o sucesso eleitoral.

<sup>5</sup> Méndez e Waltenberg (2018) aplicam o modelo de Meltzer e Richard (1981) nos países da América Latina entre os anos de 1997 a 2015 e, corroborando com tal estudo, concluem que a renda individual afetaria negativamente a demanda por redistribuição: “a probabilidade de apoio a políticas redistributivas é maior nos países com maior desigualdade, e em momentos de maior desigualdade.”

tentam trazer estes fatores para a teoria espacial, visando explicar o fenômeno de afinidades de longo prazo de grupos sociais com determinados partidos, o que faz certos grupos de eleitores se identificarem mais com um e se afastarem de outro. A etnia do candidato, sua posição socioeconômica, bem como suas metas, experiências compartilhadas ou pressões sofridas podem ser a origem da sua base de apoio (COX; MCCUBBINS, 1986, p. 371). Ademais, a transferência de recursos pode se dar por localidades diferentes, por grupos de eleitores diferentes e não apenas pela diferença de renda entre eles (GOLDEN; MIN, 2013).

De modo geral, os modelos que tratam da política distributiva destacam a relação entre base eleitoral e políticas públicas, ou seja, as técnicas dos partidos para conquistar votos por meio da distribuição pontual de políticas (COX; MCCUBBINS, 1986; LINDBECK; WEIBULL, 1987; GOLDEN; MIN, 2013). Ao estudar as estratégias utilizadas pelos partidos para estruturar seus relacionamentos com grupos dentro de seu eleitorado, Cox e McCubbins (1986, p. 376), com base no trabalho de Fenno (1978), apresentam a seguinte classificação: grupos de apoio (*core voter*), formado por eleitores que o apoiaram consistentemente no passado e a quem o partido busca apoio no futuro; grupos de oposição (*opposition voter*), composto por aqueles que sempre se opuseram a ele e que manterão esta oposição independentemente de suas propostas; e grupos oscilantes (*swing voter*), constituído pelos eleitores que não possuem uma posição de apoio ou oposição predefinida. Para estes autores, a estratégia ótima do partido seria focar no *core voter*.

Em sentido contrário, Lindbeck e Weibull (1987, p. 274) entendem que o foco para garantir retorno eleitoral na competição política seria o *swing voter*. Entretanto, compartilham com seus antecessores da ideia de que no jogo político ambas as partes buscam maximizar interesses

próprios: os eleitores votam no partido que melhor promove seu bem-estar; já os partidos políticos selecionam suas políticas de modo a obter o maior número de votos e, conseqüentemente, o poder.

Outra resposta possível para a não convergência ao eleitor mediano é dada pela teoria partidária, retratada principalmente nos estudos de Hibbs (1977; 1992) e Boix (1998). Esta vertente valoriza a ideologia partidária, partindo do pressuposto de que há um partido de esquerda que concentra os votos entre os mais pobres e um partido de direita, com os votos dos mais ricos<sup>6</sup>. Assim, ressalta que os partidos têm origens socioeconômicas diferentes e isso os leva a ter ideologias também diferentes e, conseqüentemente, a fazer políticas macroeconômicas distintas.

Considerando que os partidos precisam ganhar eleições para ter a oportunidade de implementar seus objetivos, as plataformas partidárias se apresentam mais fortes no começo do mandato e a convergência ao eleitor mediano ocorre com a proximidade das eleições. A política estaria vinculada com o calendário eleitoral, ou seja, quando a data das eleições se aproxima, motivos puramente eleitorais começam a orientar a política (HIBBS, 1992, p. 361-362).

Utilizando de sua experiência profissional no Congresso Norte-americano, Mayhew (1974) flexibiliza a ideia de Downs de que partidos são times coesos de políticos com mesmos objetivos e afirma que o sucesso eleitoral também depende da construção de uma imagem (bandeira) do candidato. Neste sentido, não basta simplesmente que os políticos formulem e implementem políticas públicas para terem um retorno nas eleições, eles precisam de estratégias e ações para fazer propaganda e pedir crédito das políticas que eles estão defendendo e formulando.

Este novo contexto permitiu a consolidação de uma ampla competição eleitoral alicerçada no multipartidarismo. Por meio da interação com suas

<sup>6</sup> Batista (2008) realizou uma pesquisa na América Latina entre os anos de 1980 e 1999 para identificar a relação entre ideologia do governo e políticas públicas. A autora conclui que os governos de esquerda investem mais na área social (em especial, saúde e educação) do que os governos de direita.

bases eleitorais, os partidos políticos formulam plataformas e desenvolvem políticas públicas com o objetivo de obter votos. Com demandas heterogêneas por recursos públicos, os eleitores avaliam os competidores do processo eleitoral, punindo ou premiando suas ações. Trata-se, assim, de uma base importante para as democracias contemporâneas (SIMONI, 2020, p. 1).

Conforme visto, o modelo espacial do voto e o teorema do eleitor mediano apresentam proposições que relacionam a preferência do eleitor pobre a políticas redistributivas, principalmente em sociedades desiguais. Assim, ao votar com base em sua renda, em contextos desiguais, as pessoas pobres optariam para o Estado redistribuir a renda. Entretanto, na conjuntura real, percebe-se que em algumas situações os eleitores pobres votam na direita ao invés de buscarem a redistribuição. Algumas hipóteses para esta escolha poderiam estar associadas a perspectiva de mobilidade social, a preferências ideológicas, a desigualdade, a existência de grupos influenciadores ou a formação de redes partidárias. Existe, ainda, outra hipótese interligada à desigualdade e, sendo o foco deste estudo, será aprofundada na seção que segue: práticas clientelistas.

## CLIENTELISMO NA ESCOLHA DO VOTO

As pesquisas que exploram o estudo do clientelismo questionam, como pano de fundo, porque os partidos tidos como de esquerda optam por fazer políticas clientelistas para conseguir o apoio de eleitores pobres, quando deveriam investir em políticas redistributivas ou, ainda, porque partidos conservadores conseguem apoio de eleitores pobres com políticas clientelistas. Em outras palavras, de que maneira o clientelismo e a desigualdade impactam no voto dos eleitores?

Conforme afirma Stokes (2009, p. 2), não

há um consenso na literatura para o conceito de clientelismo. Entendendo como método de mobilização eleitoral, a autora define clientelismo “como a oferta de bens materiais em troca de apoio eleitoral, onde o critério de distribuição que o patrono usa é simplesmente: você me apoiou ou irá me apoiar?”<sup>7</sup>, podendo ou não conter ameaças.

Na visão clássica de clientelismo, a relação entre o eleitor e o político é de dependência, havendo pouca liberdade de escolha e acentuando as relações de hierarquia social e poder dentro da comunidade. No Brasil, há o conceito de coronelismo que se aproxima deste enfoque. O coronel era o grande proprietário de terras que, em um país agrário, representava um vultoso poder político e econômico no contexto local<sup>8</sup>. Estabelece-se uma relação simbiótica entre o governo e os coronéis: enquanto o governo garantia poder ao coronel, cedendo-lhe o controle dos cargos públicos, recebia em troca o seu apoio. O voto era aberto, o que tornava o eleitor claramente vulnerável. O coronelismo buscava influenciar o processo político, seja distribuindo benesses ou por meio da violência (FAORO, 2012, p. 699-700; LEAL, 2012, p. 24; CARVALHO, 1997).

Neste sentido, Carvalho (1997) afirma que a prática clientelista mudou de parceiros e alterou sua força ao longo dos anos, mas perpassou toda a história política do país. Isto porque, a medida em que os chefes políticos locais perderam a capacidade de controlar a opção dos votos da população, eles deixaram de ser parceiros determinantes para o governo, que passa a tratar diretamente com os eleitores. Assim, longe de entender a importância da escolha de representantes políticos, os eleitores votavam sob a influência de patrões, autoridades do governo ou párocos, reproduzindo a agenda estabelecida pela elite econômica e política (CARVALHO, 2002, p. 29-33; FAORO, 2012, p. 421-422).

Entretanto, é possível analisar o clientelismo sob uma visão baseada na escolha racional, na qual há uma relação de compromisso

<sup>7</sup> No original: I define it as the proffering of material goods in return for electoral support, where the criterion of distribution that the patron uses is simply: did you (will you) support me? (STOKES, 2009, p. 2).

<sup>8</sup> Com a criação da Guarda Nacional em 1831, o governo imperial distribuiu às lideranças locais, grandes latifundiários, o título de “coronel” com o objetivo de reforçar as dinâmicas de poder.

entre eleitores e políticos ou partidos. Caracteriza-se pela distribuição de recursos ou alocação de políticas públicas condicionada ao comportamento eleitoral esperado por parte do eleitor. Assim, o político ou partido promete e distribui políticas públicas tendo uma expectativa com alto grau de certeza do comportamento eleitoral daquele beneficiário da distribuição de recursos (STOKES, 2005). Ademais, o desenho das políticas públicas deve permitir que o político distribua os benefícios e possa retirar de acordo com o comportamento dos eleitores, ou seja, a política poderá ser revertida se o efeito eleitoral não for verificado.

Grande parte da literatura defende que o clientelismo é mais comum em contextos de pobreza, vulnerabilidade<sup>9</sup> e desigualdade<sup>10</sup> (BOBONIS; GERTLER; GONZALEZ-NAVARRO; NICHTER, 2017; STOKES, 2005; CALVO; MURILO, 2004), tendo como principais consequências o fato de estimular a ineficiência do governo, prejudicar o funcionamento das instituições democráticas e reduzir a competição política bem como a destinação de serviços públicos (BOBONIS; GERTLER; GONZALEZ-NAVARRO; NICHTER, 2017, p. 1). Conforme afirma Arretche (2018, p. 17) “qualquer Estado é produtor de igualdade e de desigualdades simultaneamente, porque suas políticas atingem categorias diferentes de beneficiários e, principalmente, dimensões diferentes da vida de um mesmo indivíduo”<sup>11</sup>. Entretanto, não há dúvida de que a concessão de benefícios particulares gera mais votos entre os pobres do que os ricos.

Stokes (2005) utilizara os modelos de política distributiva de Cox, McCubbins, Lindbeck e Weibull para acrescentar o efeito clientelista. A utilidade do voto do eleitor é composta por duas partes: a ideológica partidária e a do benefício de

política pública, a diferença é que para os referidos autores, a parte da política pública não era clientelista. Assim, afirma que os modelos tradicionais não conseguem explicar como ocorre clientelismo em um contexto de voto secreto e faz duas críticas aos modelos tradicionais: (1) tratam a relação entre partido e eleitor como um jogo único, ou seja, a relação em que os partidos tentam conquistar os votos dos eleitores e estes fazem suas demandas de recursos ocorre uma única vez; (2) os partidos observam as características dos eleitores (preferências eleitorais e demandas) como se fossem grupos e não individualmente.

A autora vai mudar esta dinâmica, afirmando que em determinados contextos os partidos políticos conseguem observar as características dos eleitores individualmente e ter boas inferências do seu comportamento, pois a estrutura partidária é capilarizada. Logo, mesmo em um contexto de voto secreto, se o partido tem máquinas partidárias, militantes e filiados inseridos em várias instâncias sociais, como escolas, associações comunitárias e instituições sociais, isto os permite concluir, por meio de conversas, exposição de adesivos ou camisetas de candidatos, qual será a conduta dos eleitores. Além disso, defende que é mais realista pensar a relação entre partido e eleitor como algo que continua no tempo (que se repete) e não como uma ligação que ocorre uma única vez (STOKES, 2005). O funcionamento de práticas clientelistas “exige que se ofereçam garantias mínimas de continuidade de maneira a gerar alguma certeza, alongar as expectativas e ordenar as demandas” (AVELINO FILHO, 1994, p. 228).

A partir da mudança destas duas condições, Stokes (2005) afirma que o clientelismo, em um

<sup>9</sup> Bobonis, Gertler, Gonzalez-Navarro e Nichter (2004) realizaram uma pesquisa na região Nordeste do Brasil entre os anos de 2011 e 2013 que objetivava verificar se é possível diminuir o clientelismo em contexto de vulnerabilidade. Os autores concluíram que havia uma ligação causal entre vulnerabilidade econômica e participação dos cidadãos em relações clientelistas e que a instalação de cisternas de água em residências que sofriam com longos períodos de seca reduziu tais relações.

<sup>10</sup> Para mais informações e dados sobre a desigualdade no Brasil, conferir Barbosa, Souza e Soares (2020).

<sup>11</sup> Importante destacar a distinção feita pela autora entre desigualdade monetária e desigualdade não monetária: “A primeira se refere à renda dos indivíduos, ao passo que a segunda se refere às dimensões que vão além da renda, tais como acesso a serviços, condições de vida e capacidades” (ARRETICHE, 2018, p. 4).

contexto contemporâneo, tem como consequência uma *accountability* inversa. Dessa forma, em vez de os partidos políticos prestarem contas para os eleitores, são estes que dão explicações, já que os partidos clientelistas conseguem fazer boas conclusões sobre quem os eleitores votaram e assim os recompensar ou punir distribuindo benefícios. Por fim, a autora conclui que o foco do clientelismo são os *swing voters*, que podem votar no partido clientelista se o benefício que receberem compensar esta mudança.

Concordando que o clientelismo se desenvolve mais em sociedades desiguais, mas em sentido oposto ao modelo apontado acima quanto à estratégia mais eficiente de eleitorado, Calvo e Murilo (2004) incluem a dimensão da política partidária no modelo (conforme Boix) e afirmam que os partidos devem focar no *core voter* para a distribuição de benefícios clientelistas. Argumentam que há diferenças intrínsecas entre os partidos que fazem com que eles tenham estratégias clientelistas distintas, ou seja, tanto o acesso dos partidos às fontes de clientelismo quanto o retorno eleitoral que eles obtêm ao utilizar tais recursos variam de acordo com a ideologia ou a base social de apoio que possuem.

Ainda com foco na desigualdade, Lupu e Pontusson (2011) avançam no teorema do eleitor mediano defendendo que além da diferença entre a renda média e a mediana, é necessário considerar as afinidades sociais. Sustentam que questões como raça, origem geográfica ou qualquer tipo de característica social que distancie do eleitor mediano podem fazer com que as pessoas deixem de apoiar políticas de redistribuição porque entendem que elas beneficiarão um grupo que é diferente do seu. Assim, para entender o impacto da desigualdade nas políticas redistributivas não importaria tanto o nível da desigualdade, mas sim a estrutura, ou seja, o formato da distribuição de renda.

Tal fato explicaria diferentes posturas redistributivas desenvolvidas pela classe média: a medida em que a distância entre a classe média e os pobres fosse grande, ela seria menos favorável à redistribuição, já que seus membros se sentiriam

mais identificados com os ricos, e o contrário aconteceria no caso de haver mais proximidade entre a classe média e os pobres. Dessa forma, é possível concluir que a posição da classe média frente a políticas redistributivas variará ao longo do tempo e será menos estável se comparada com as posições de ricos e pobres (MCCARTY; PONTUSSON, 2012).

## CONCLUSÃO

O teorema do eleitor mediano pensado por Downs, em linha gerais, apresenta uma escala linear de zero a cem, na qual as preferências políticas são ordenadas da esquerda para a direita e todo eleitor tem um único pico de preferência em algum ponto desta escala. Devido à competição, cada partido se movimenta em direção a seu oponente do ponto de vista ideológico, a fim de obter o apoio político dos eleitores que se concentram na posição mediana. Segundo esta configuração, conclui-se que a posição ocupada pelo eleitor mediano é decisiva e garantirá a vitória na eleição. Verifica-se também que se a renda do eleitor mediano é menor que a renda média da sociedade, sua preferência partidária será em prol da redistribuição.

Essa convergência para o centro faria com que os partidos aproximassem suas plataformas eleitorais e encaminharia o sistema para uma ausência de competição, já que, na busca por votos, todos os partidos convergiriam igualmente para a posição mediana. Entretanto, na prática isto não ocorre e observou-se que estudos foram desenvolvidos e apresentaram outros fatores como determinantes além das utilidades de Downs.

Algumas hipóteses para a não convergência a um ponto único e a ocorrência de situações em que eleitores pobres votam contra políticas redistributivas estão associadas a preferências ideológicas (como religião e moral), a perspectiva de mobilidade social (pobres de hoje apoiariam menos a redistribuição porque acreditam que no futuro terão uma melhor condição de vida), a estrutura de desigualdade, a existência de grupos

influenciadores, a formação de redes partidárias e a práticas clientelistas.

Quanto ao clientelismo, verificou-se que ele se caracteriza pela distribuição de recursos ou alocação de políticas públicas condicionadas ao comportamento eleitoral esperado, podendo ser revertida a política caso o efeito não seja atingido. Ademais, as práticas clientelistas são mais comuns entre pobres do que ricos em sociedades desiguais, motivo pelo qual partidos de esquerda que deveriam fazer políticas redistributivas fazem, por vezes, políticas clientelistas para conseguir o apoio de eleitores pobres. Tal situação acaba aproximando suas práticas com a de partidos conservadores.

Por fim, verificou-se que mesmo nas situações de voto secreto os partidos políticos conseguem observar as características dos eleitores individualmente e ter boas inferências do seu comportamento, pois a estrutura partidária é capilarizada. Além disso, o clientelismo tende a ser uma relação contínua entre partido e eleitor, a fim de prolongar as expectativas e ordenar as demandas.

## REFERÊNCIAS

- AVELINO FILHO, George. Clientelismo e Política no Brasil: revisitando velhos problemas. **Novos Estudos CEBRAP**, n. 38, p. 225-240, 1994.
- ARRETCHE, Marta. Democracia e redução da desigualdade econômica no Brasil: a inclusão dos outsiders. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 33, n. 96, p. 1-23, 2018.
- BARBOSA, Rogério; SOUZA, Pedro Ferreira de; SOARES, Sergei. Distribuição de renda nos anos 2010: uma década perdida para desigualdade e pobreza. **Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**, Brasília: Rio de Janeiro, 2020.
- BATISTA, Christiane. Partidos Políticos, Ideologia e Política Social na América Latina: 1980- 1999. **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 51, n. 3, p. 647-686, 2008.
- BLACK, Duncan. **The Theory of Committees and Elections**. Cambridge University Press: Cambridge, 1958.
- BOBONIS, Gustavo J.; GERTLER, Paul; GONZALEZ-NAVARRO, Marco; NICHTER, Simeon. Vulnerability and Clientelism, **NBER Working Paper**, Cambridge, n. 23589, 2017.
- BOIX, Carles. **Political Parties, Growth and Equality: Conservative and Social Democratic Economic Strategies in the World Economy**. Cambridge University Press: Cambridge, 1998.
- CALVO, Ernesto; MURILO, Maria Victoria. Who Delivers? Partisan Clients in the Argentine Electoral Market. **American Journal of Political Science**, v. 48, n. 4, p. 742-757, 2004.
- CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.
- CARVALHO, José Murilo de. Mandonismo, coronelismo, clientelismo: uma discussão conceitual. **Revista de Ciências Sociais** [online], Rio de Janeiro, v. 40, n. 2, 1997.
- COX, Gary; MCCUBBINS, Mathew D. Electoral Politics as a Redistributive Game. **The Journal of Politics**, Chicago, v. 48, n. 2, p. 370-389, 1986.
- DOWNS, Anthony. An Economic Theory of Political Action in a Democracy. **The Journal of Political Economy**, v. 65, n. 2, p. 135-150, 1957.
- DOWNS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia**. São Paulo: Edusp, 2000.
- FAORO, Raymundo. **Os donos do poder: formação do patronato político brasileiro**. 5ª ed. São Paulo: Globo, 2012.
- FENNO, Richard F. **Home Style: House Members in Their Districts**. Boston: Little, Brown, 1978.
- GOLDEN, Miriam; MIN, Brian. Distributive politics around the world. **Annual Review of Political**

**Science**, v. 56, 2013.

HADDAD, Fernando. O mercado no fórum: uma teoria econômica da demagogia, **Lua Nova**, São Paulo, n. 50, p. 97-112, 2000.

HIBBS JR, Douglas A. Partisan theory after fifteen years. **European Journal of Political Economy**, v. 8, n. 3, p. 361-373, 1992. HIBBS JR, Douglas A. Political Parties and Macroeconomic Policy. **American Political Science Review**, n. 71, p. 1467-1487, 1977.

HINICH, Melvin; MUNGER, Michael. **Analytical Politics**. Cambridge University Press: Cambridge, 1997.

HOTELLING, Harold. Stability in Competition. **The Economic Journal**, v. 39, n. 153, p. 41-57, 1929.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2012.

LINDBECK, Assar; WEIBULL, Jorgen. Balanced-budget redistribution as the outcome of political competition. **Public Choice**, Holanda, n. 52, p. 273-297, 1987.

LUPU, Noam; PONTUSSON, Jonas. The Structure of Inequality and the Politics of Redistribution. **American Political Science Review**, v. 105, n. 2, p. 316-336, 2011.

MAYHEW, David. **Congress: The electoral connection**. New Haven: Yale University Press, 1974.

MCCARTY, Nolan; PONTUSSON, Jonas. The Political Economy of Inequality and Redistribution. In NOLAN, Brian; SALVERDA, Wiemer; SMEEDING, Timothy (eds.), **The Oxford Handbook of Economic Inequality**. Oxford, Oxford University Press, p. 1-28, 2012.

MELTZER, Allan; RICHARD, Scott. A Rational Theory of the Size of Government. **Journal of Political Economy**, v. 89, p. 914-927, 1981.

MÉNDEZ, Yasmín; WALTENBERG, Fábio. Desigualdade de Renda e Demanda por Redistribuição Caminham Juntas na América Latina no Período 1997-2015, **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 61, n. 4, p. 341-384, 2018.

MENEZES, Rafael Terra de; SAIANI, Carlos César Santejo; ZOGHBI, Ana Carolina Pereira. Demanda mediana por serviços públicos e desempenho eleitoral: evidências do modelo do eleitor mediano para os municípios brasileiros. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 25-57, 2011.

PIKETTY, Thomas. Social Mobility and Redistributive Politics. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 110, n. 3, p. 551-584, 1995.

SIMONI JUNIOR, Sérgio. **Realinhamento eleitoral e Programa-Bolsa Família no Brasil**. Mimeo, 2020.

STOKES, Susan. Perverse accountability: a formal model of machine politics with evidence from Argentina. **American Political Science Review**, v. 99, n. 3, p. 315-325, 2005.

STOKES, Susan. Political Clientelism in BOIX, Carles; STOKES, Susan. **The Oxford Handbook of Comparative Politics**. Oxford University Press, p. 1-27, 2009.