

INTRODUÇÃO



Este livro se destina aos leitores interessados em saber como a mente e o cérebro funcionam e por que os candidatos ganham e perdem eleições. Seu público-alvo inclui leitores interessados em política, psicologia, liderança, neurociência, marketing e direito.

É provável que este livro seja particularmente interessante aos 50 milhões de eleitores Democratas que não compreendem por que seu partido perdeu tantas eleições, embora as pesquisas mostrassem que o eleitor normalmente concordava com as posições dos Democratas sobre a maioria das questões políticas, a começar pelo tema da proteção do planeta, indo até a defesa de um sistema tributário mais justo para a classe média, que só deseja uma vida melhor para seus filhos.

A tese central do livro é a de que um determinado conceito da mente, o qual tem cativado a imaginação de filósofos, cientistas cognitivos, economistas e cientistas políticos desde o século XVIII – uma mente *desapaixonada*, que toma decisões ponderando evidências e raciocínio lógico a fim de chegar à conclusão mais válida – nada tem a ver com o real funcionamento da mente e do cérebro. Quando os estrategistas políticos partem desse conceito, seus candidatos normalmente perdem.

Este não é um livro comum sobre política ou estratégia política, porque levanta uma pergunta raramente feita pelos críticos e cientistas políticos: como os candidatos a cargos públicos fariam suas campanhas se comessem pela compreensão de como a mente e o cérebro dos eleitores realmente funcionam?

As perguntas que fazemos invariavelmente refletem nossa própria experiência. Sou um cientista que estuda a emoção e a personalidade, chefe de uma equipe de neurocientistas que se dedicam ao estudo de como o cérebro processa as informações políticas e legais; sou colaborador regular sobre a análise do discurso público, da psicologia e da política na imprensa escrita, na televisão e no rádio. Durante as duas últimas décadas tenho defendido um conceito da mente que difere substancialmente das visões mais desapaixonadas sustentadas pela maioria dos psicólogos cognitivos, cientistas políticos e economistas (a maior parte destes sugerindo que, embora com algumas exceções, somos principalmente atores racionais, que tomam decisões importantes ponderando evidências, calculando custos e benefícios)¹. Sou também um psicólogo clínico que vem treinando psicólogos e psiquiatras há mais de vinte anos em como compreender as nuances e o real significado do que as pessoas dizem, fazem e sentem. No trabalho com pacientes, se você perde essas nuances, se lê de modo equivocado o que elas podem estar tentando dizer, conseqüentemente julgará mal o seu caráter e não notará quando as emoções dos pacientes, gestos ou tom de voz destoam daquilo que estão dizendo. Não captará tristeza, fuga ou raiva persistentes em seu rosto por apenas alguns milésimos de segundo, quan-

do mencionam alguém ou algo. Você não perceberá que aquela nuance foi relevante e perderá seus pacientes. Ou ainda pior, nem os terá.

Em política, se você não souber ler esses detalhes, perderá as eleições.

O Cérebro Político

Nos meses, finais, e de ânimos acirrados, da eleição presidencial de 2004, meus colegas Stephan Hamann, Clint Kilts e eu montamos uma equipe de pesquisa para estudar o que acontece no cérebro das pessoas com filiação ou franca simpatia partidária – que constituem cerca de 80 por cento do eleitorado americano – frente a novas informações políticas. Estudamos o cérebro de quinze Democratas fiéis e quinze Republicanos convictos². (Estudaríamos também eleitores sem compromisso com um partido ou candidato específico, mas, após o bombardeio das campanhas eleitorais no final de 2004, encontrar pessoas com cérebros intactos, sem propensão a um lado ou outro, seria uma tarefa desanimadora.)

Estudamos as atividades de seus cérebros conforme lhes era apresentada uma série de slides.¹ A proposição foi apresentar tarefas de raciocínio que levassem um observador “desapaixonado” a uma conclusão lógica e óbvia, mas em conflito direto com a conclusão a que um eleitor ou membro do Partido Democrata ou do Partido Republicano gostaria de chegar sobre o seu candidato. Em outras palavras, nosso objetivo foi criar um conflito direto entre os aspectos impostos pela razão e evidências (dados mostrando que o candidato tinha feito algo inconsistente, sórdido, desonesto, nojento ou simplesmente ruim) e os aspectos dependentes da emoção (fortes sentimentos para com os partidos e os candidatos). O que esperávamos compreender era como, em tempo real, o cérebro negocia conflitos entre dados e desejo.

Embora estivéssemos em território relativamente desconhecido, chegamos a alguns fortes palpites, aos quais os cientistas gostam de enobrecer chamando *hipóteses*. Ao conduzirmos nossas hipóteses esperávamos que, quando os dados colidissem com o desejo, o cérebro político de alguma maneira “racionalizasse” até chegar às conclusões desejadas.

Tínhamos quatro hipóteses.

Em primeiro lugar, esperávamos que informações perturbadoras, mesmo que não reconhecidas como tal, ativassem circuitos neurais associados a estados emocionais negativos, como já demonstrado em estudos anteriores.

Em segundo lugar, esperávamos ver ativações em uma parte do cérebro fortemente envolvida na regulação das emoções. Nosso palpite era que o raciocínio em política é mais freqüentemente uma racionalização motivada, visando-se a justificar conclusões emocionais.

Terceiro, esperávamos ver um cérebro em conflito entre o que uma pessoa sensata poderia considerar verdadeiro e o que um eleitor ou membro de um partido gostaria de ter como a verdade. Então, prevíamos ativações em uma região já conhecida por seu envolvimento na monitoração e resolução de conflitos.

Finalmente, esperávamos que os indivíduos “racionalizassem impulsivamente”, em vez de analisar o mérito do caso. Portanto, não esperávamos ver uma forte ativação em partes do cérebro que estiveram “ativadas” em estudos anteriores do raciocínio, muito embora estivéssemos apresentando aos eleitores fiéis uma tarefa racional (para que decidissem se duas afirmações sobre o seu candidato eram consistentes ou inconsistentes).

¹ Tal estudo foi feito com aparelho de ressonância magnética. [N. do T.]

Exibimos aos eleitores seis grupos de declarações evidentemente inconsistentes feitas por Kerry, Bush e homens politicamente neutros (por exemplo Tom Hanks e William Styron). Apesar de muitas das declarações e citações terem sido editadas ou serem fictícias, maximizamos o teor de credibilidade, inserindo-as em citações reais ou descrições de eventos reais.

À medida que os participantes eram acomodados no aparelho, passavam a visualizar uma série de slides³. O primeiro slide de cada grupo exibia uma *declaração inicial*, uma frase comum do candidato. O segundo slide apresentava uma *declaração contraditória*, também freqüentemente feita pelo candidato, sugerindo assim ao eleitor uma clara inconsistência que poderia assustá-lo. Aqui está uma das contradições utilizadas para pressionar o cérebro dos eleitores que apoiavam John Kerry:

Declaração inicial (slide 1): Durante a primeira Guerra do Golfo, John Kerry escreveu a um eleitor: “Obrigado por entrar em contato e manifestar oposição... Partilho das suas preocupações. Votei a favor de uma resolução que insistia na necessidade de mais tempo para que as sanções econômicas surtisserem efeito.”

Contradição (slide 2): Sete dias depois, Kerry escreveu a um outro eleitor: “Obrigado por manifestar seu apoio à invasão do Iraque através do Kuwait. Desde o início da invasão apoiei, de maneira firme e inequívoca, a resposta do Presidente Bush à crise.”

Sem alguma maneira de mitigar a informação, seria difícil argumentar que estas duas afirmações não são mutuamente contraditórias (embora, como veremos, o cérebro humano seja um órgão notável).

Depois de os eleitores Democratas lerem os dois primeiros slides, que lhes apresentaram uma forte contradição, o terceiro slide simplesmente sugeriu algum tempo para pensar, solicitando que se considerasse se uma das afirmações era inconsistente. O quarto slide pediu então que classificassem de 1 (discordo totalmente) a 4 (concordo totalmente) com as palavras e os atos do candidato.

Os partidários de Bush enfrentaram dilemas semelhantes:

Declaração inicial (slide 1): “Para Laura e mim, é reconfortante ter vindo aqui e visto o cuidado recebido por estas tropas. Estamos oferecendo e devemos oferecer o melhor atendimento a qualquer um que se dispõe a arriscar a vida pelo nosso país.” Presidente Bush, 2003, em visita ao *Veterans Administration Hospital*.¹¹

Contradição (slide 2): A visita de Bush ocorreu no mesmo dia em que a administração do hospital anunciou o corte de internações, impedindo o ingresso de aproximadamente 164.000 veteranos.

Para as pessoas politicamente neutras, a incoerência também era clara, mas não perturbadora como para os eleitores convictos de um ou outro candidato. Assim, pôde-se proceder a uma comparação útil.

Nossos Democratas e Republicanos convictos foram examinados no decorrer de uma das mais polarizadas disputas presidenciais da história recente.

Então, qual foi a resposta deles?

Eles não nos decepcionaram. Não tiveram dificuldades em perceber as contradições do candidato rival, avaliando-as como 4, na escala de 1 a 4. Para seu próprio candidato, porém, a média das classificações ficou perto de 2, indicando contradição mínima. Democratas reagiram a Kerry assim como os Republicanos reagiram a Bush. Como previsto, Democratas e Republicanos não mostraram diferenças em suas respostas às contradições, ao contrário do que fizeram as pessoas politicamente neutras.

¹¹ Administração do Hospital dos Veteranos. [N. do T.]

A ciência não é muito previsível e você não pode esperar sucesso quanto a todas as suas hipóteses. Mas, nesse caso, deu empate. Os resultados mostraram que quando os eleitores convictos encaram informações perturbadoras, não é apenas provável que “racionalizem” conclusões emocionalmente tendenciosas; podemos ainda rastrear as pegadas neurais conforme isto ocorra.

Quando confrontada com uma informação política potencialmente perturbadora, uma rede de neurônios torna-se ativa, produzindo sofrimento. Se este sofrimento é consciente, inconsciente ou uma combinação dos dois, não sabemos.

O cérebro registra o conflito entre os dados e o desejo, e começa a buscar formas de evitar a emoção desagradável. Sabemos que o cérebro obtém grande sucesso nesse esforço, visto que a maioria dos eleitores convictos de um dos dois partidos negou ter percebido qualquer conflito entre palavras e ações de seus candidatos.

O cérebro não apenas consegue desligar o sofrimento através de racionalizações forçadas, mas o faz com rapidez, como pudemos perceber antes de submetê-los ao terceiro slide. Os circuitos neurais encarregados da regulação dos estados emocionais pareceram recrutar crenças que eliminaram o sofrimento e os conflitos experimentados pelos eleitores quando confrontados com realidades desagradáveis. Além disso, tudo pareceu ocorrer com pouca participação dos circuitos neurais normalmente envolvidos no processo de raciocínio.

Contudo, o cérebro político também fez algo que *não* previmos. Logo que os eleitores Republicanos ou Democratas encontraram uma forma de racionalizar falsas conclusões, não apenas os circuitos neurais envolvidos nas emoções negativas foram desligados, mas os circuitos envolvidos nas emoções positivas foram *acionados*. O cérebro dos eleitores pareceu não se satisfazer apenas em sentir-se *melhor*. Trabalhou mais para se sentir *bem*, ativando circuitos de recompensa, dando aos eleitores uma injeção de estímulo por seu raciocínio tendencioso. Esses circuitos ligados à recompensa coincidem essencialmente com aqueles acionados quando o viciado em drogas “embarca numa viagem”, atribuindo ao termo *viciado político* um novo significado⁴.

Portanto, quais são as implicações deste estudo?

Uma delas é pragmática. Se você estiver fazendo uma campanha, não deve se preocupar em ofender os 30 por cento da população cujo cérebro não consegue processar as informações do seu modo, salvo se suas vidas dependerem disso (por exemplo, após um ataque ao continente dos Estados Unidos). Se você é Republicano, seu objetivo deveria ser mudar para a direita 10 a 20 por cento da população com mentes influenciáveis, e reforçar seus 30 por cento estáveis para as pesquisas de opinião. Os estrategistas Republicanos, na verdade, não têm tido problemas em rotular os californianos do Norte ou do Nordeste como “liberais frescos”.^{III} Sabem que no seu próprio partido não há espaço para esse “tipo”,^{IV} e atacá-los poderá reforçar o seu próprio eleitorado.

As implicações para os Democratas devem ser igualmente claras: parem de se preocupar em ofender aqueles que consideram Pat Robertson^V e Jerry Falwell^{VI} líderes morais, porque *suas mentes não vão pender para a esquerda*. De fato, o fracas-

^{III} No original, em inglês, latte-drinking liberals. [N. do T.]

^{IV} Grifo do tradutor.

^V Político, pastor pentecostal e empresário de mídia norte-americano, Republicano fervoroso (1930-). Ex-militar, serviu na Guerra da Coreia em 1950, contra as forças norte-coreanas e chinesas, chegando então a oficial. Em 2005, causou furor ao reivindicar, num de seus programas de televisão, que o governo dos EUA providenciasse o assassinato do presidente venezuelano, Hugo Chávez. [N. do T.]

^{VI} Religioso pentecostal ultraconservador norte-americano (1933-2007). Tornou-se mundialmente famoso em 1999, ao promover uma campanha contra o seriado infantil Teletubbies, apontado por ele como “propaganda do homossexualismo para crianças”. [N. do T.]

so do Partido Democrata nos últimos dez anos em se definir como oposição a qualquer um ou qualquer coisa criou a *Maxwell House Majority*,^{VII} convencida de que o único café que os Democratas conseguem fazer é tomado fraco e morno pelos pesquisadores de opinião pública, garantindo que não esteja muito forte nem muito quente – servido com retórica obsoleta. E eles estão certos.

Mas se dermos um passo atrás e situarmos este estudo no contexto de um crescente repertório de pesquisa em psicologia e ciência política, há outra mensagem em tais constatações: *O cérebro político é um cérebro emocional*. Não é uma máquina de calcular desapaixorada, que pesquisa fatos corretos, números e políticas objetivamente a fim de tomar uma decisão sensata. Os eleitores convictos do Partido Democrata ou do Republicano em nosso estudo eram, em média, indivíduos inteligentes, com formação acadêmica e politicamente conscientes. Eles não confundiriam “Alito”^{VIII} com algum tipo de massa italiana, disparando alarmes entre cientistas políticos e peritos.

Mesmo assim, pensaram emocionalmente.

Os leitores racionais podem ter consolo ao notar que na atual política americana, em termos gerais, os eleitores “de carteirinha” estão igualmente divididos, com pouco mais de um terço se identificando com o Partido Republicano, e, grosso modo, o mesmo contingente se identificando com o Partido Democrata. Portanto, eles se anulam uns aos outros, deixando que os eleitores de centro equilibrem as eleições, baseados em considerações mais racionais.

Mas, à medida que isto se revela, eles pensam emocionalmente também.

Todavia, essa história tem um lado bom. Na maioria das vezes, as emoções oferecem uma bússola razoável para orientar o comportamento – incluindo o comportamento eleitoral – embora a agulha por vezes leve alguns anos para se mover. O que levou os eleitores a exigir uma mudança de curso na Guerra do Iraque em novembro de 2006 não foi o fato de haver novas informações. Havia novas emoções. A bússola se deslocou do orgulho nacionalista e da esperança para a raiva, fruto de uma crescente onda de descontentamento. “Manter o curso” fez pouco sentido à luz da mudança emocional.

Não podemos mudar a estrutura do cérebro político que reflete milhões de anos de evolução. Mas podemos mudar nossa maneira de apelar para ele.

É disso que trata este livro.

^{VII} Aqui, o autor faz um jogo espirituoso de palavras. Refere-se à famosa marca de café instantâneo Maxwell House, pioneira na produção e venda de café descafeinado, ou com baixos teores de cafeína. Dá-se a entender que a atuação dos Democratas dos EUA, cuja bancada é majoritária no Congresso, tem sido geralmente deficiente ou incompleta do ponto de vista do imaginário político coletivo. Um dos significados da palavra inglesa *house* significa parlamento. [N. do T.]

^{VIII} Referência ao jurista norte-americano Samuel Anthony Alito Jr. (1950-), juiz da Suprema Corte dos EUA. Filho do imigrante italiano Samuel Alito, chegou aos Estados Unidos em 1914, diretor dos serviços legislativos de Nova Jérsei entre 1952 e 1984. Republicano, o segundo ítalo-americano a ocupar um posto na Suprema Corte. [N. do T.]