

Informação política e atitudes sobre o papel do governo federal brasileiro: evidências à partir de um experimento de opinião pública

Mathieu Turgeon
Universidade de Brasília
turgeon@unb.br

Lúcio Rennó
Universidade de Brasília
luciorenno@unb.br

Resumo:

Não é novidade que o cidadão brasileiro, como outros vivendo em países democráticos, sabem pouco sobre seus governos e suas atividades e sobre as orientações ideológicas da maioria dos candidatos e partidos políticos. Por enquanto, poucos pesquisadores estudaram de maneira sistemática as consequências de falta de informação por parte dos cidadãos para a vida democrática. Além disso, entre os poucos que pesquisaram este assunto, não há consenso. Segundo alguns, a falta de informação afeta de maneira importante as atitudes políticas dos eleitores. Já para outros, a informação política tem poucos efeitos sobre as atitudes. Este projeto examina esta questão no Brasil, usando pela primeira vez uma metodologia experimental. Dessa forma, ele contribui para a crescente literatura sobre informação política no Brasil (Rennó 2006, 2007; Ames, Baker & Rennó 2006, 2008). Mais especificamente, este projeto examina como informação sobre o governo federal brasileiro afeta as preferências políticas do cidadão em termos de gastos públicos do governo federal. Usando um experimento com base em dados de opinião pública, no qual certos participantes, distribuídos por dez (10) grandes cidades brasileiras, receberam informação sobre as fontes de renda do governo federal, suas despesas e certas políticas públicas, enquanto outros entrevistados não receberam qualquer informação adicional. Nosso estudo compara as preferências desses dois grupos. Os resultados indicam que os participantes que receberam informação sobre o governo federal apresentaram preferências distintas daqueles que não receberam informação política. Mas especificamente, os participantes que receberam informação preferem que o governo federal brasileiro reduza de maneira geral os impostos e gastos públicos. Estes resultados tem consequências importantes para o estudo do processo democrático porque indicam que uma cidadania mas informada teria atitudes e preferências políticas distintas de outra menos informada.

Introdução

Décadas de pesquisa, no Brasil e em outros países, corroboram que a maioria dos cidadãos sabem pouco acerca da política (Bennett 1989; Converse 1964; Delli Carpini & Keeter 1996; Renno 2007). Resta explorar mais quais são as conseqüências desta falta de informação política sobre as atitudes e comportamentos políticos.

Segundo alguns pesquisadores, a falta de informação tem poucas conseqüências porque a maioria das pessoas votam como deveriam e também possuem atitudes “corretas”, mesmo com níveis informacionais baixos. Ou seja, os eleitores comportam-se da mesma forma quando tem pouca ou muita informação política (Bowler & Donovan 1998; Lupia 1994; Lupia & McCubbins 1998; Popkin 1991; Sniderman, Brody & Tetlock 1991; Lau e Redlawsk 1997). A explicação corrente é que eleitores usam atalhos cognitivos e dicas (*cues*) recebidas pelos amigos, membros da família ou grupos para informar os seus votos e atitudes (Ames, Baker e Rennó 2006). Por exemplo, Brady e Sniderman (1985) e Sniderman, Brody & Tetlock (1991) sugerem que as pessoas adotam a “heurística do apressado” (*likability heuristic*), adotando posições ideológicas similares às dos grupos que gostam e opostas aos grupos que não gostam. De forma similar, Lupia (1994) acredita que os eleitores baseiam seus votos nas indicações dos grupos de interesse. Rennó traduz o debate sobre as distintas heurísticas para o caso brasileiro, testando como as heurísticas partidárias, de apressado e de acesso (*accessibility*), além da heurística geográfica e reputacional (Shugart et al. 2005) contribuem para explicar o voto em Deputados Federais (Rennó; no prelo).

Outros pesquisadores acham também que a falta de conhecimento tem poucas conseqüências por outras razões. Segundo, Page e Shapiro (1992), por exemplo, as pessoas fazem sim “erros”, mas no final das contas, os erros cancelam-se quando agregados, deixando a distribuição das atitudes e preferências políticas de um grupo mais próximas às dos mais informados na sociedade. Portanto, a falta de informação individual não afeta os níveis coletivos de informação em uma sociedade. Assim sendo, segundo eles, a falta de conhecimento tem conseqüências ao nível individual mas não têm impactos ao nível agregado.

Por outro lado, muitos acreditam que a falta de informação política cria distorções importantes nas atitudes e preferências políticas de cidadãos, tanto ao nível do indivíduo como ao nível agregado. Simulações estatísticas mostram que o conhecimento político afeta as atitudes e preferências políticas das pessoas e suas preferências eleitorais (Althaus 1998; Bartels 1996; Delli Carpini & Keeter 1996; Rennó 2007). Além disso, para alguns destes autores, mesmo os atalhos informacionais e dicas são desigualmente distribuídos na sociedade, levando alguns grupos a terem mais informação do que outros (Delli Carpini & Keeter 1996; Rennó 2007). Esses desníveis informacionais podem gerar ou aprofundar distorções no processo de representação política, com implicações sérias para a responsividade das políticas públicas às demandas de grupos específicos.

O trabalho de Gilens (2001) demonstra, usando um experimento de tipo *survey*, que providenciar informação específica aos entrevistados afeta suas atitudes. Da mesma forma, Fiskin e Luskin também apresentam evidências de que eleitores expostos à mais informação e à deliberação apresentam respostas distintas de eleitores que não passam por esses processos (e.g., Luskin e Fishkin 1998; Luskin, Fishkin e Jowell 2002).

Usando um experimento similar ao de Gilens, avaliamos aqui se a informação política afeta as atitudes políticas dos eleitores brasileiros. Os resultados indicam que sim: o conhecimento político tem efeitos importantes sobre as atitudes políticas. Este resultado tem implicações importantes para a vida

democrática porque ele indica que um eleitorado mais sofisticado, no sentido dado à esse termo pela literatura específica, remetendo à níveis informacionais e de conhecimento político, pensa e vota de maneira diferente de um eleitorado menos informado. Ou seja, encontramos evidências de que informação política é um importante fator na formação de opiniões e atitudes políticas.

Informação política e atitudes políticas

Uma atitude política define-se como uma avaliação positiva ou negativa de um certo objeto político como um partido político, um programa governamental, etc. A avaliação pode ser tanto baseada em elementos afetivos ou cognitivos ou dos dois (Schwartz e Bohner 2001). Segundo alguns pesquisadores na área, as atitudes são avaliações já pré-existentes e cristalizadas (Allport 1935; Sherif & Cantril 1947; Fazio 1989). Só basta então ativar o objeto de avaliação que as pessoas expressariam uma atitude (caso haja uma) sobre o objeto considerado (Wilson & Hodges 1992). Este é o modelo do “*file drawer*”, onde as atitudes estão guardadas em “gavetas” na memória e quando necessárias, são visitadas pelo indivíduo. Porém, este modelo tem dificuldade em explicar porque as atitudes variam tanto no tempo (Converse 1964) e são afetadas facilmente pelo contexto (Schuman & Presser 1981). Ou seja, o modelo não prevê mudanças de atitudes cristalizadas.

Recentemente, uma abordagem mais cognitiva ao estudo das atitudes propõe, ao contrário, que as atitudes são avaliações mais temporárias do que fixas (Strack & Martin 1987; Tourangeau, Rips & Rasinski 2000). Segundo este outro modelo, as atitudes são formadas à partir de considerações (informação com conteúdo negativo ou positivo) acessíveis no momento da avaliação (Zaller 1992; Zaller & Feldman 1992). A maioria das pessoas, então, não têm atitudes já formadas e registradas na memória, que sacam quando são provocadas. Ao invés, possuem considerações e informações que são usadas para formar atitudes. O tipo e a quantidade de informação ou considerações que uma pessoa tem num certo momento afeta a sua atitude acerca deste objeto, naquele momento. Nessa perspectiva, as atitudes são bem mais flexíveis e condicionadas pelo contexto do que no modelo anterior.

Este último modelo tem implicações importantes para o estudo das atitudes e, mais precisamente, para a avaliação do papel da informação sobre as atitudes políticas. Isto por que as considerações que um indivíduo usa para formar uma atitude variam no tempo e no espaço, dependendo do contexto em que estão inseridos. No caso do presente estudo, nosso modelo pressupõe que o fornecimento de informação sobre um certo objeto político poderia afetar as considerações disponíveis para a formação de uma atitude acerca deste objeto.

É justamente isto que Gilens (2001) observa em seu estudo. Os participantes no estudo experimental de Gilens receberam informação específica sobre um assunto político. Num primeiro caso, os participantes foram informados que a taxa de crime tinha baixado nos Estados Unidos durante os últimos anos. As atitudes das pessoas que receberam esta informação, quando comparadas à atitudes de outros participantes que não a receberam, mostraram que o apoio a aumentar os gastos na construção de presídios era menor. No segundo caso, Gilens comparou as atitudes acerca da ajuda do governo americano a países mais pobres entre os participantes que foram informados sobre o nível atual de gastos públicos nesta área e outros que não receberam nenhuma informação. O apoio foi muito mais alto entre os participantes que receberam a informação porque eles ficaram sabendo que a ajuda do governo americano a países mais pobres é marginal (menos de 0,1% dos gastos totais do governo federal).

O trabalho de Gilens é instrutivo porque demonstra de maneira sistemática, usando um desenho de pesquisa experimental, que as pessoas estão dispostas a rever suas atitudes quando recebem informação

ou opiniões relevantes sobre certo objeto de avaliação. Nos casos citados acima, os participantes não pensaram ser necessário aumentar os gastos na construção de novos presídios se, na verdade, o crime havia diminuído nos últimos anos. Similarmente, quando receberam informações sobre a participação tímida do governo federal americano na ajuda aos países mais pobres, os participantes mostraram-se mais receptivos a aumentar esta participação.

Metodologia

Um experimento, usando com base em um levantamento de opinião pública, foi conduzido no Brasil em novembro de 2004 pela empresa *Market Analysis Brazil* para examinar o efeito da informação política sobre as atitudes acerca das despesas do governo federal brasileiro. Os participantes foram recrutados em dez grandes cidades do Brasil e as entrevistas foram conduzidas por telefone. A amostra, então, não é representativa da população brasileira mas respeita as cotas de gênero, idade e faixas econômicas segundo a Associação Nacional de Empresas de Pesquisa (ANEP). A amostra foi definida por conglomerados, estratificada por setores censitários selecionados aleatoriamente em cada cidade, seguida de seleção aleatória de domicílios. A distribuição da amostra é proporcional ao tamanho da população. No total foram 1051 entrevistas concluídas, com a taxa de resposta de 29,1%.

O experimento inclui cinco grupos de tratamento, ou experimentais, e um grupo de controle. Porém, aqui vamos só comparar um dos grupos de tratamento e o de controle. Os participantes do grupo de controle tiveram primeiro que responder à pergunta sobre o seu nível preferido de gastos do governo federal, seguido por cinco perguntas de conhecimento acerca das despesas e fontes de renda do governo federal. Os participantes do grupo de tratamento, por sua vez, responderam primeiro às cinco perguntas de conhecimento sobre os gastos e fontes de renda do governo federal, e depois a pergunta sobre o nível preferido da gastos do governo federal. Ou seja, a formulação das perguntas era idêntica, mas seu ordenamento no questionário distinto.

Além disso, aos participantes do grupo de tratamento foram oferecidos as respostas corretas às perguntas de conhecimento. Assim, quando o participante acertava a pergunta, o entrevistador cumprimentava o entrevistado e repetia a resposta. Por outro lado, quando o participante dava uma resposta errada, o entrevistador comunicava, de maneira respeitosa, a resposta certa para o participante. Os participantes do grupo de tratamento, então, tiveram a oportunidade de receber informação acerca do assunto perguntado. O grupo de controle tem 181 participantes e o grupo de tratamento 176.

A pergunta acerca do nível preferido de gastos do governo federal é a seguinte:

Como você sabe as pessoas pensam de diferentes maneiras sobre as funções dos governos. Algumas pessoas pensam que os governos, federal, estadual e municipal, deveriam reduzir os impostos mesmo se isso significasse fornecer menos serviços. Outras pessoas acham que o importante é que os governos forneçam mais serviços mesmo se isso significasse aumentar os impostos. Já outras pessoas acham que os governos não deveriam fazer mudanças nem nos impostos nem nos serviços. Na sua opinião, os governos deveriam aumentar, diminuir ou manter os impostos e os serviços como estão?

Para os entrevistados que escolheram aumentar ou diminuir os impostos e os serviços, a seguinte pergunta também foi feita:

Você acha que os impostos e os serviços devem aumentar/diminuir pouco, médio ou muito?

As questões de conhecimento avaliaram a capacidade dos participantes de identificar as áreas nas quais o governo federal gasta mais e menos, a principal fonte de renda do governo federal, a evolução da dívida externa e sobre as consequências da reforma da previdência acerca dos gastos na área.¹

O tratamento tem por objetivo *informar* os participantes. Assim podemos diferenciar as atitudes “normais”, sem informação adicional, das atitudes mais informadas. É importante notar que o tratamento aqui proposto é diferente do tratamento de Gilens citado acima, onde só uma informação foi dada aos participantes. Aqui os participantes recebem cinco informações importantes acerca do governo federal. As informações também são balanceadas, no sentido que algumas podem levar os participantes a querer reduzir os gastos enquanto outras informações terão o efeito oposto, levando os entrevistados a querer aumentar os gastos públicos. Este desenho experimental esta mais perto do *Deliberative Poll* de Fishkin e Luskin mencionado acima no qual os participantes recebem informação balanceada acerca de vários assuntos políticos. A grande diferença, porém, entre o *Deliberative Poll* e nosso desenho é que os participantes não tem a oportunidade de deliberar com os outros participantes no nosso caso.

Resultados

Os trabalhos anteriores nesta área de pesquisa já mostraram que as atitudes políticas assim como os resultados eleitorais seriam diferentes se as massas fossem mais informadas politicamente. Althaus (1998), por exemplo, mostrou que um eleitorado americano mais informado preferiria uma política externa menos agressiva e políticas sociais mais progressistas. Bartels (1996), examinando as eleições presidenciais americanas de 1972 a 1992, mostrou, por sua parte, que a falta de conhecimento político das massas beneficia principalmente os candidatos Democratas.

Quais são, então, os efeitos da informação sobre as atitudes acerca dos gastos e impostos do governo federal? A figura 1 apresenta a distribuição das atitudes expressas pelos participantes dos dois grupos (controle e experimental). Como podemos ver, os participantes que receberam informação geralmente preferem que os gastos e impostos sejam reduzidos. Mais especificamente, enquanto só 45.4% dos participantes do grupo de controle expressou preferência pela redução dos gastos e impostos do governo federal, mais de 55.3% dos participantes que receberam informação, o grupo experimental, preferiram reduzir os gastos e impostos. A média, medida numa escala de 1 a 7, é de 3.32 para o grupo controle e de 3.05 para o grupo de tratamento. Esta diferença é estaticamente significativa a 0.10. Este resultado sugere que um eleitorado brasileiro mais informado acerca do governo federal tenderia a preferir uma redução do papel do estado.

(figura 1 aqui)

Existem, obviamente, outros fatores que podem afetar as preferências políticas. Por isso, sugerimos agora uma análise multivariada onde controlamos por outros fatores suscetíveis de afetar as preferências políticas dos participantes. Analisamos em seguida os determinantes das atitudes acerca do nível preferido de gastos e impostos do governo federal.

O modelo sugerido inclui primeiro uma medida das posses dos entrevistados como *proxy* de seu estrato social. A expectativa é que os participantes com maior número de posses prefiram menos gastos e impostos por que esses cidadãos geralmente pagam mais impostos e também se beneficiam menos dos serviços governamentais (principalmente em comparação com quem tem menos). Esse é o caso,

¹ Os enunciados das perguntas estão no anexo do texto.

seguramente, da situação da saúde e educação pública, que não é utilizada pela classe média e alta no Brasil. O segundo fator explicativo que exploramos é o nível de confiança nos governos de forma geral e usamos essa variável também para avaliar as expectativas frente aos gastos públicos. A hipótese aqui é que os participantes menos confiantes nos governos devem preferir um papel reduzido do governo e, então, redução nos gastos e impostos. Finalmente, o modelo inclui uma variável dicotômica que indica se o participante foi recrutado para participar do grupo controle ou do grupo de tratamento. O objetivo dessa variável é verificar se há um efeito estaticamente significativo em ter recebido informações adicionais sobre as atitudes acerca do governo federal. Isto indicaria que a informação política que os participantes do grupo de tratamento receberam teve efeito nas atitudes dos mesmos. Não temos expectativas quanto à direção do efeito dessa variável, já que não há indicação teórica sobre como a informação política deve afetar as atitudes acerca do governo no Brasil. Esperamos, apenas, que ela seja estatisticamente significativa. De toda sorte, com base nos achados acima, podemos inferir que quanto mais informados, mais liberais e menos propensos os eleitores são em querer pagar mais impostos e defender mais gastos. Lembramos também que o estudo de Almeida também aponta que grau de escolaridade não leva, necessariamente a uma preferência mais clara por menor intervenção estatal (2007). Além disso, informação fornecida aos participantes do grupo tratado é balanceada como mencionamos acima e não necessariamente deve convencer o eleitor sobre uma posição ou outra. Assim, a direção da relação está aberta para o teste empírico.

A tabela 1 apresenta os resultados da regressão linear de mínimos quadrados ordinários. Apesar de terem seus efeitos na direção esperada, a riqueza dos participantes, proxy para seu estrato sócio-econômico, e a confiança que eles têm no governo não tem efeitos estaticamente diferentes de zero. Por outro lado, a variável dicotômica que diferencia os participantes do grupo de tratamento do grupo de controle mostra um efeito significativo, comprovando que mais informação afeta atitudes. O coeficiente, por ser negativo, indica que os participantes do grupo de tratamento preferem menos gastos e impostos federais que os participantes do grupo controle. Este resultado confirma o resultado apresentado na figura 1 que indicava também uma preferência por menos gastos e impostos. Um eleitorado brasileiro mais informado acerca do governo federal, então, tenderia a preferir uma redução do papel do estado. Mas, mais importante aqui, este resultado indica claramente que *a informação política tem um efeito sobre as atitudes políticas*.

Tabela 1. Os determinantes das atitudes acerca do governo federal

Variables	Gastos e impostos
Haveres	-0,01 (.02)
Confiança no governo	0,12 (0,09)
Tratamento	-0,30* (0,18)
Constante	3,16 (0,34)
Número de observações	291
R ²	0,01

Os coeficientes foram estimados com o estimador dos mínimos quadrados. Os erros padrões estão em parenteses.

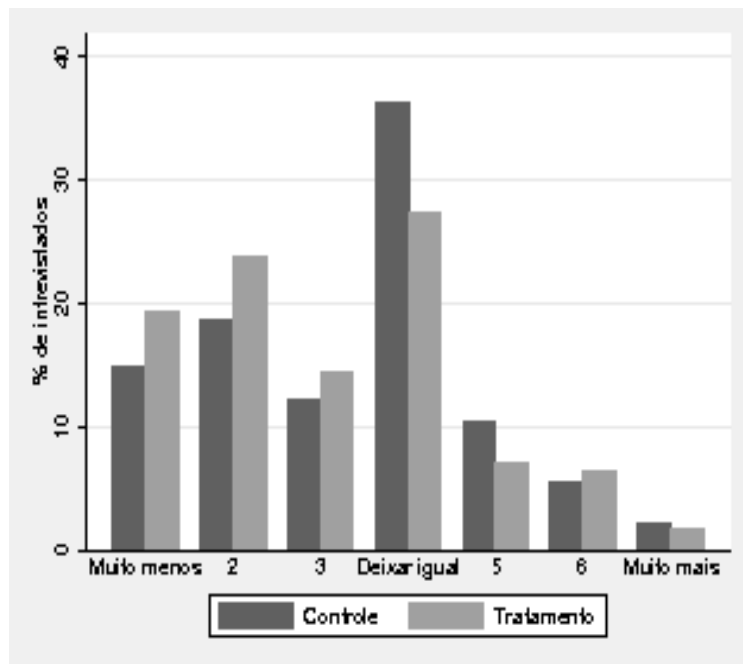
* $p < .05$ (teste unilateral)

Conclusão e Discussão

Já sabemos hoje que a maioria dos cidadãos brasileiros, como em outras partes do mundo, sabem pouco acerca da política. Porém, nós, cientistas sociais sabemos menos ainda sobre as consequências da falta da informação política para a vida democrática. Este artigo avaliou a importância da informação política, usando um desenho experimental. Os resultados de um experimento tipo survey conduzido no Brasil em novembro de 2004 mostraram que a informação política teve um efeito significativo sobre as atitudes acerca do governo federal. Para avaliar o efeito da informação, comparemos as atitudes “normais” dos participantes do grupo de controle com as atitudes mais informadas dos participantes do grupo de tratamento. Os resultados indicam que um eleitorado brasileiro mais informado prefere reduzir os gastos e impostos do governo federal.

Não obstante esse achado substantivo interessante, a maior contribuição deste artigo é comprovar que a informação política afeta as preferências individuais dos eleitores brasileiros. Encontramos que quando eleitores recebem alguma informação, no momento em que estão respondendo ao questionário, suas preferências e atitudes mudam. Isso é um forte indício do caráter contextual da formação de atitudes e de sua instabilidade no tempo. Assim, esse achado sugere, em parte, que a opinião pública poderia ser diferente do que ela é segundo as pesquisas de opinião pública apresentadas na mídia ou encomendadas por candidatas, partidos ou grupos de interesse quando há suaves variações nos níveis de informação dos eleitores ou, até mesmo, quando os questionários fornecem informações mais detalhadas aos entrevistados. As consequências para a vida democrática são importantes porque a opinião pública afeta as ações dos governos e as políticas públicas adotadas ou promovidas.

Figura 1: Atitudes expressas pelos participantes dos dois grupos (controle e experimental)



Anexo

Agora, vou lhe fazer algumas perguntas sobre os governos de modo geral. Queremos saber quanta informação chega até o público através da TV, os jornais, e outras fontes. Se você não souber a resposta, não faz mal. É só me dizer e passaremos para a pergunta seguinte.

1. Pelo que você sabe ou escutou falar, em quais das seguintes áreas os governos no Brasil gastaram MAIS em 2003?

- A. Defesa nacional*
- B. Previdência social***
- C. Cultura*
- D. Saúde*

2. Pelo que você sabe ou escutou falar, em quais das seguintes áreas os governos no Brasil gastaram MENOS em 2003?

- A. Defesa nacional*
- B. Previdência social*
- C. Cultura***
- D. Saúde*

3. Pelo que você sabe ou escutou falar, qual foi a principal fonte de verbas do governo federal em 2003?

- A. Imposto de renda pessoa física***
- B. Imposto pagos pelas empresas*
- C. Impostos sobre bebidas alcoólicas*
- D. Impostos sobre importações*

4. Pelo que você sabe ou escutou falar, a dívida pública do Brasil (federal, estadual e municipal) aumentou, diminuiu ou ficou igual desde o início do ano?

- A. Aumentou*
- B. Diminuiu*
- C. Ficou igual*

5. Pelo que você sabe ou escutou falar, a recente reforma da previdência aprovada pelo governo Lula vai fazer aumentar, diminuir ou deixar igual o tamanho do gasto com previdência social nos próximos anos?

- A. diminuir*
- B. deixar igual*
- C. aumentar*

Bibliografia

- Almeida, Alberto. 2007. *A Cabeça do Brasileiro*. São Paulo, Record.
- Allport, Gordon W. 1935. "Attitudes", in C. Murchison (ed.), *Handbook of Social Psychology*, Worcester: Clark University Press, 798-844.
- Althaus, S. L. 1998. "Information Effects in Collective Preferences." *American Political Science Review* 92: 545-558.
- Ames, B., A. Baker e L. Rennó. 2006. "Social Context and Campaign Volatility in New Democracies: Networks and Neighborhoods in Brazil's 2002 Elections." *American Journal of Political Science*. 50:2, x-x.
- Ames, B., A. Baker e L. Rennó. 2008. "The Quality of Elections in Brazil: Policy, Performance, Pageantry, or Pork?" In: Kingstone, Peter and Power, Timothy (eds.), *Democratic Brazil Revisited*. Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- Bartels, L. M. 1996. "Uninformed Voters: Information Effects in Presidential Elections." *American Journal of Political Science* 40: 194-230.
- Bennett, S. E. 1989. "Trends in American's Political Information." *American Politics Quarterly* 17: 422-35.
- Bowler, S., and T. Donovan. 1998. *Demanding Choices: Opinion, Voting, and Direct Democracy*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Brady, H. E., and P. M. Sniderman. 1985. "Attitude Attribution: A Group Basis for Political Reasoning." *American Political Science Review* 79: 1071-78.
- Converse, P. E. 1964. "The Nature of Belief Systems in Mass Publics." In D. E. Apter, ed., *Ideology and Discontent*. New York: Free Press.
- Delli Carpini, M. X., and S. Keeter. 1996. *What Americans Know About Politics and Why It Matters*. New Haven: Yale University Press.
- Fazio, Russell H. 1989. "On the Functionality of Attitudes: The Role of Attitude Accessibility", in A.R. Pratkanis, S.J. Breckler & A.G. Greenwald (eds.), *Attitude Structure and Function*, Hillsdale: Erlbaum, 153-179.
- Gilens, M. 2001. "Political Ignorance and Collective Policy Preferences." *American Political Science Review* 95: 379-396.
- Lau, Richard R. and David P. Redlawsk. 1997. "Voting Correctly." *American Political Science Review* 91(September): 585-98
- Lupia, A. 1994. "Shortcut versus Encyclopedias: Information and Voting Behavior in California Insurance Reform Elections." *American Political Science Review* 88: 63-76.
- Luskin, R. C., and J. S. Fishkin. 1998. "Deliberative Polling, Public Opinion, and Democracy: The Case of the National Issues Convention." Paper presented at the American Association for Public Opinion Research Annual Meeting in St.-Louis, MO.
- Luskin, R. C., J. S. Fishkin, and R. Jowell. 2002. "Considered Opinions: Deliberative Polling in the U.K.". *British Journal of Political Science* 32: 455-487.
- Page, B. I., and R. Y. Shapiro. 1992. *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy*

Preferences. Chicago: University of Chicago Press.

- Popkin, S. L. 1991. *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rennó, Lúcio. 2007. "Desigualdade e informação política: as eleições brasileiras de 2002." *Dados* (Rio de Janeiro) 50: 721 - 55.
- Rennó, Lúcio. 2006. "Os militantes são mais informados? Desigualdade e informação política nas eleições de 2002." *Opinião Pública* 12: 329-47.
- Rennó, Lúcio. No prelo. Atalhos Cognitivos em Contextos Eleitorais Complexos: As eleições de 2002 do Legislativo Brasileiro. In: Inácio, Magna e Rennó, Lucio (eds.). *Legislativo Brasileiro em Perspectiva Comparada*. Belo Horizonte, Editora da UFMG.
- Schuman, Howard, & Stanley Presser. 1981. *Questions and Answers in Attitude Surveys: Experiments on Question Form, Wording and Content*, New York: Academic Press.
- Schwartz, Norbert & Gerd Bohner. 2001. "The Construction of Attitudes." In A. Tesser and N. Schwartz, eds., *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intraindividual Processes*. Malden: Blackwell Publishing.
- Sherif, Muzafer, & Hadley Cantril. 1947. *The Psychology of Ego-Involvements: Social Attitudes and Identification*, New York: Wiley.
- Shugart, Matthew, Valdini, Melody, and Suominen, Kati. 2005. "Looking for Locals: Voter Information Demands and Personal Vote-Earning Attributes of Legislators under Proportional Representation," *American Journal of Political Science*, 49:2
- Sniderman, P. M., R. A. Brody, and P. E. Tetlock. 1991. *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Strack, F. and L. Martin. 1987. "Thinking, Judging, and Communicating: A Process Account of Context Effects in Attitude Surveys." In H. Hippler, N. Schwartz, and S. Sudman, eds., *Social Information Processing and Survey Methodology*. New York: Springer Verlag.
- Tourangeau, R., L. J. Rips, and K. Rasinski. 2000. *The Psychology of Survey Response*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Wilson, T., and S. Hodges. 1992. "Attitudes as Temporary Constructs." In A. Tesser and L. Martin, eds., *The Construction of Social Judgment*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Zaller, J. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Zaller, J., and S. Feldman. 1992. "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions versus Revealing Preferences." *American Journal of Political Science* 36: 579-616.