

Aumento da renda muda motivação do eleitorado na hora do voto

Mariana Jungmann
Agência Brasil, de Brasília

Com a saída de 9,5 milhões de pessoas da indigência e de 18,4 milhões da pobreza entre 2004 e 2008, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), os candidatos brasileiros deparam-se com um novo perfil eleitoral no país. Na avaliação de especialistas ouvidos pela Agência Brasil, esses eleitores terão preocupações diferentes na hora de votar.

Para o cientista político da Universidade de Brasília, David Fleischer, quem antes trocava o voto por um prato de comida nas eleições, poderá agora demonstrar preocupações menos imediatistas. “Essas pessoas que tiveram uma ascensão social estarão mais preocupadas em preservar algum patrimônio. Elas provavelmente mudaram o lugar de moradia, seus filhos agora estudam, e elas estarão preocupadas com essas coisas”, disse.

Na opinião de Fleischer, esses eleitores podem se tornar mais maduros no que se refere a questões como educação e saúde. Ou-

tro reflexo que pode ser sentido, segundo ele, é o de um maior conservadorismo ao analisar as propostas dos candidatos. “Esse ex-pobre tende a estar mais preocupado com questões como segurança pública e invasões de terra, e menos preocupado com os outros que continuam pobres”, avalia o cientista político.

O economista e pesquisador do Centro de Estudos Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Marcelo Nery, concorda que a chamada “nova classe C” irá imprimir mudanças no perfil dos eleitores no pleito de outubro. Segundo ele, os cidadãos que se enquadram nessa categoria já somam aproximadamente 50% da população e poderiam escolher sozinhos as eleições se votassem num único candidato.

“É uma classe poderosa, mas não é homogênea”, ressalva o economista. Nery concorda que esses eleitores devem “cobrar mais caro” por seus votos agora e tendem a ser menos vulneráveis à manipulação eleitoral. “Quando as pessoas saem da condição de miserabilidade, mudam o ho-

rizonte delas”, afirmou.

Esses resultados, de acordo com o economista, não são fruto apenas do aumento direto da renda — segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a renda média do trabalhador brasileiro subiu de R\$ 1.694, em 2001, para R\$ 1.808, em 2007. O crescimento constante da escolaridade — que começou há mais tempo, segundo ele — tem influência mais significativa na consciência eleitoral.

“O brasileiro fez o seu dever de casa e pôs o filho na escola. Se você olhar e ver que coisas mais estruturantes como a educação estão crescendo junto com a renda, isso permite vislumbrar no futuro um nível maior de consciência e, no presente, um número menor de oportunismo”, explicou.

O pesquisador da FGV disse ainda que o processo de amadurecimento é natural quando se atinge um período longo de democracia, como está acontecendo agora com o Brasil. “Como democracia é uma coisa que se pratica, vamos começar a ver o resultado disso”, afirmou Nery.