



**As três
"mini revoluções"
brasileiras:**

1994-2014

DOCUMENTO



Documentos são publicações do Espaço Democrático, a fundação para estudos e formação política do PSD

DOCUMENTO

O autor
RUBENS FIGUEIREDO

Rubens Figueiredo é cientista político pela USP e consultor da Fundação Espaço Democrático. É autor, co-autor ou organizador de mais de 25 livros sobre opinião pública, comunicação política, análise institucional e performance de governos. Escreveu, com Fernando Henrique Cardoso, o ensaio “Reconciliando capitalistas com a Democracia: o caso Brasileiro”, apresentado em Forli, na Itália.



As três “mini revoluções” brasileiras: 1994-201

“Lo nuevo em todo eso es que em el mundo ya no vemos “protestas proletárias”, sino “protestas contra la amenaza de convertirse em proletários”
Raul Diez Canseco¹

“Há um desejo crescente de autoria da própria vida”
Fernando Henrique Cardoso²

¹Paper apresentado no Seminário Internacional “Respostas modernas e democráticas às demandas sociais”, promovido pela Fundação Espaço Democrático em março de 2014.

²CARDOSO, Fernando Henrique; *Crise e reinvenção da política no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras; 2018: pg 153

Entre 1994 a 2014, o Brasil passou por três ciclos de mudanças extraordinários. Vivemos e assistimos, em apenas 20 anos, uma sucessão de acontecimentos de grande magnitude que acarretaram transformações significativas nos valores e atitudes de parcela ponderável da população brasileira. As mudanças foram muito além dos resultados expressos nos indicadores econômicos e sociais. Os brasileiros mudaram a forma de encarar a vida, o dinheiro, as instituições políticas, o futuro, as relações econômicas, as empresas, sua própria capacidade de progredir e o papel do Estado. Estivemos, portanto, frente a uma vigorosa revolução sócio-cultural de larga escala, amplitude e profundidade.

O primeiro desses ciclos se refere à estabilização da moeda, com o Plano Real. Como vivemos a era da informação, uma época de "história acelerada" - um megaevento atrás do outro -, perde-se um pouco a noção do que aconteceu no passado recente. A impressão é que "esquecemos" a tragédia que representou a inflação: pesquisa de opinião realizada pelo Ibope em março de 2015 indicava que 84% dos brasileiros eram contra o "combate à inflação", provavelmente por ele estar associado ao desaquecimento da economia.

Em seu livro **A saga brasileira**³, a jornalista Miriam Leitão monta um painel impressionante sobre o ano de 1989, quando avançávamos velozmente rumo à hiperinflação e à desorganização completa da economia. Mostra uma série de fatos que, vistos em perspectiva, parecem do período paleozóico. O verdadeiro martírio que a população passou nas atividades econômicas mais co-

mezinhas daquele ano refletia, muito melhor do que qualquer desfile de indicadores ou equações econômicas, a dramaticidade do ocorrido.

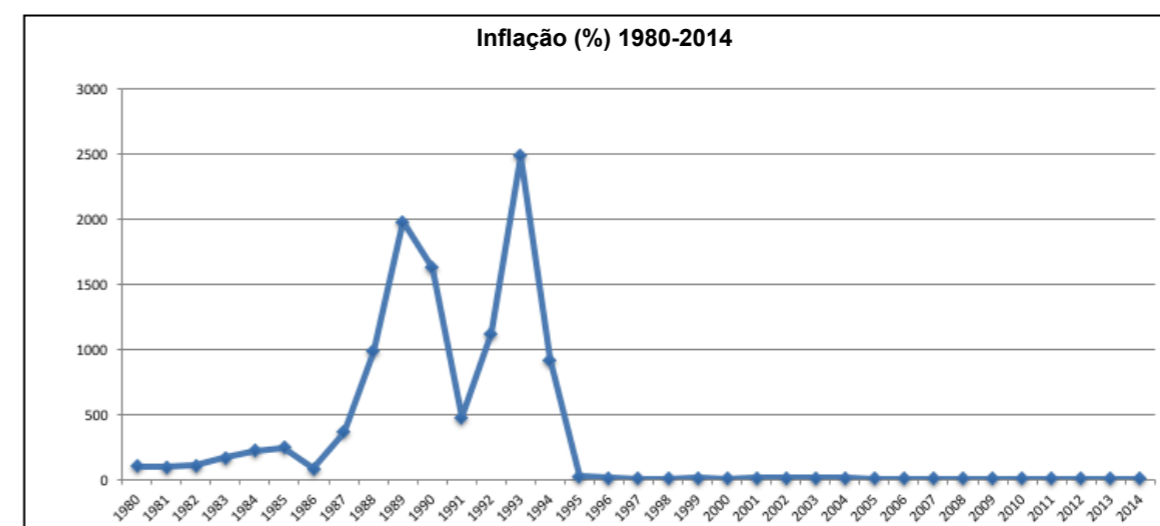
Talvez uma citação resuma o que se passava naquele momento: "Os preços eram um risco diário. A revista *Veja* publicou uma matéria, na primeira semana de novembro (de 1989), relatando que se um paulista saísse de casa para comprar um aspirador de pó Arno modelo 1.200 poderia pagar 899,00 cruzados novos ou 2.009,00 cruzados novos, dependendo da loja. Uma secadora Enxuta custava 439 cruzados novos na Arapuã, 761 nas Casas Bahia, e 990 na loja Gabriel Gonçalves. Uma variação de preço de 125%. Esse tipo de constatação, produtos que custavam seu preço, ou o seu dobro, era matéria diária dos jornalistas de economia"⁴. Um fogão de brinquedo podia custar mais do que um fogão de verdade. Esta fase teve como marcas as máquinas de remarcação de preços dos supermercados, na vida real, e as aplicações no *over night*, no mundo dos sonhos.

A sociedade brasileira, nessa época de inflação galopante, estava muito familiarizada com a ideia de "preço", mas totalmente desconectada da consciência do que significava "valor". O Plano Real substituiu a concepção do "dinheiro indexado" e "preço volátil" por "dinheiro com valor em si" e preço estável. Aqui, os brasileiros, especialmente os das classes mais pobres, que não tinham como proteger sua renda no mercado financeiro, passaram a entender que o preço de hoje poderia ser o mesmo amanhã, frequentar os supermercados e planejar seu futuro próximo. O grande símbolo da explosão do consumo foi o frango, que passou a ser consumido por milhões de famílias.

³Quis mais do que nunca escrever esse livro, para os que já se esqueceram possam lembrar, para os que não viveram possam saber. E todos contem aos filhos e netos o que se lembram daquela loucura. E assim, sabedores do que é uma tragédia inflacionária, os brasileiros possam se proteger contra esse inimigo, que, mesmo derrotado, sobrevive à espreita, aguardando uma fraqueza, um erro, uma leniência qualquer". Em LEITÃO, Miriam; **Saga Brasileira - a longa luta de um povo por sua moeda**. Rio de Janeiro. Record. 2011.

⁴LEITÃO, Miriam; op. cit. pg 124.

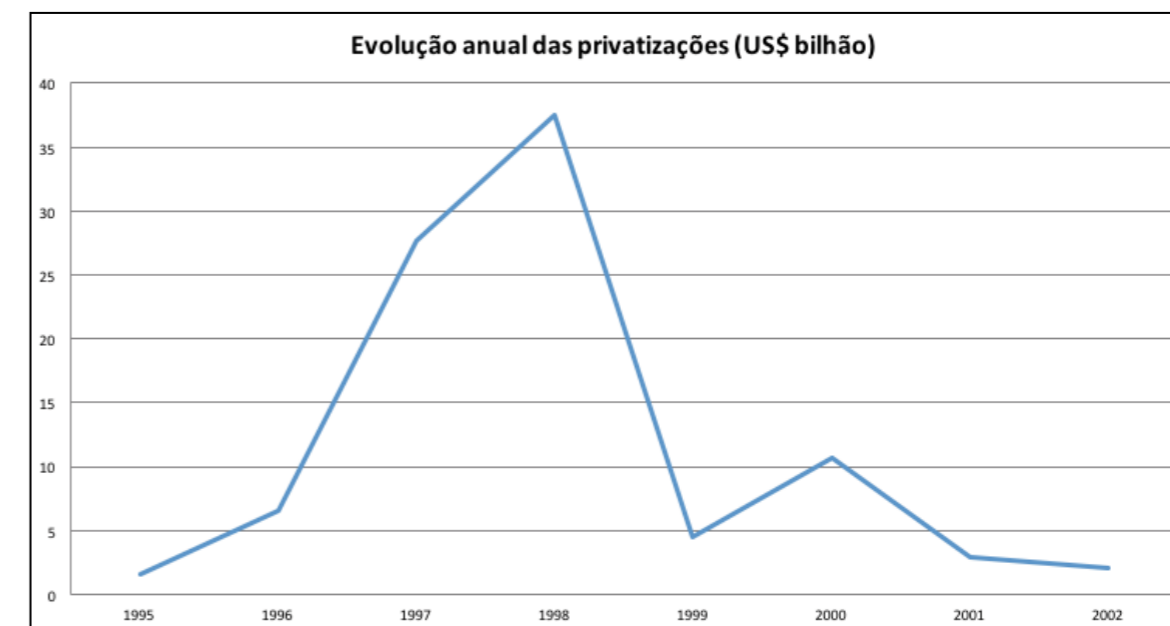
Gráfico 1 - A inflação brasileira (1980 a 2014)



Fonte: IBGE

Além desse processo por si só socialmente gigantesco, iniciaram-se transformações significativas nas características políticas e econômicas do Estado brasileiro. Segundo o ministro Luís Roberto Barroso, no seu texto "Estado e livre iniciativa na experiência constitucional brasileira"⁵, as mudanças mais relevantes foram de três ordens: a) a extinção de parte das restrições ao capital estrangeiro; b) a flexibilização dos monopólios estatais; e c) as privatizações. No gráfico 2, é possível acompanhar a evolução das privatizações entre 1995 e 2002.

Gráfico 2 - As privatizações 1995-2002



Fonte: BNDES

⁵Disponível em : http://www.luisrobertobarroso.com.br/wp-content/uploads/2014/04/Estado-e-Livre-iniciativa_vers%C3%A3o-final_11abr2014.pdf

O consumo também explodiu. Alguns números ilustram bem o que aconteceu. De 1994 a 2000, o consumo de leite por habitante/ano aumentou de 11 para 140 litros; o consumo de frango aumentou de 20 kgs por pessoa/ano para quase 30. O consumo de cerveja, refrigerantes, biscoitos, café deu um salto. O número de lojas de supermercado passou de 35 mil em 1994 para 61 mil em 2000. O de shoppings centers aumentou de 121 para 214 no período. O número de computadores cresceu de 2,2 milhões para 11 milhões. A quantidade de embarques nos voos domésticos dobrou⁶.

Houve, por assim dizer, transformações que refletiam uma confluência que repousava nos princípios liberal-capitalistas. A moeda, que era

algo desrespeitado, estabilizou-se. Milhões de brasileiros entraram no mercado, passando a consumir.

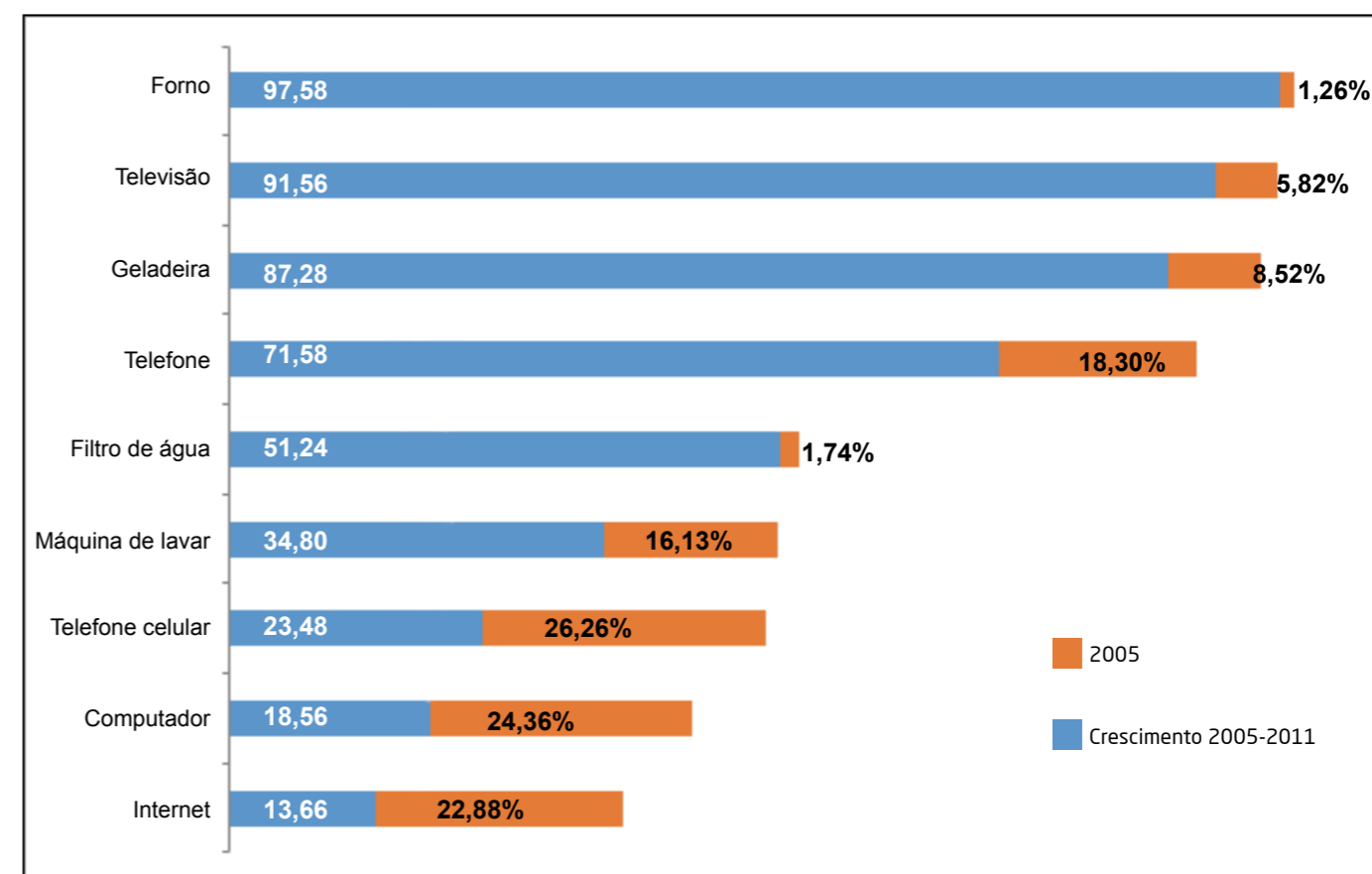
As privatizações mostravam sua força naquele que é, talvez, o serviço mais popular e utilizado em todos os países: as telecomunicações. As linhas telefônicas, descritas como "bens" nas declarações de imposto de renda, assim como os automóveis, até então, experimentaram um barateamento vertiginoso. Uma das preocupações do presidente Fernando Henrique Cardoso era diminuir o tamanho do Estado, "não para chegar ao "Estado mínimo" dos neoliberais, mas tampouco para manter o Estado ingurgitado - e havia, tanto à esquerda quanto à direita, quem assim quisesse"⁷.

A SEGUNDA "MINI REVOLUÇÃO": 2003-2010

O segundo ciclo, 2003-2010, se refere à festejada fase de expansão do consumo, desta vez de produtos mais sofisticados, e crédito nos governos do presidente Lula. Estima-se que algo em torno de 40 milhões de brasileiros passaram a comprar celulares, automóveis, motocicletas, TVs de telas planas, viajar de avião e a ter familiaridade com os conceitos de crédito, juros, prestações, direitos do consumidor etc.

Estimulado por uma monumental expansão da oferta de crédito, como mostra o gráfico 4, o acesso ao consumo de bens duráveis foi notável (gráfico 3) estimulado por uma monumental expansão da oferta de crédito, como mostra o gráfico 4. Aqui, os brasileiros passaram a ir às Casas Bahia e aos Shopping Centers. As mercadorias que simbolizavam essa fase de explosão do consumo eram os telefones celulares e as TVs de telas planas.

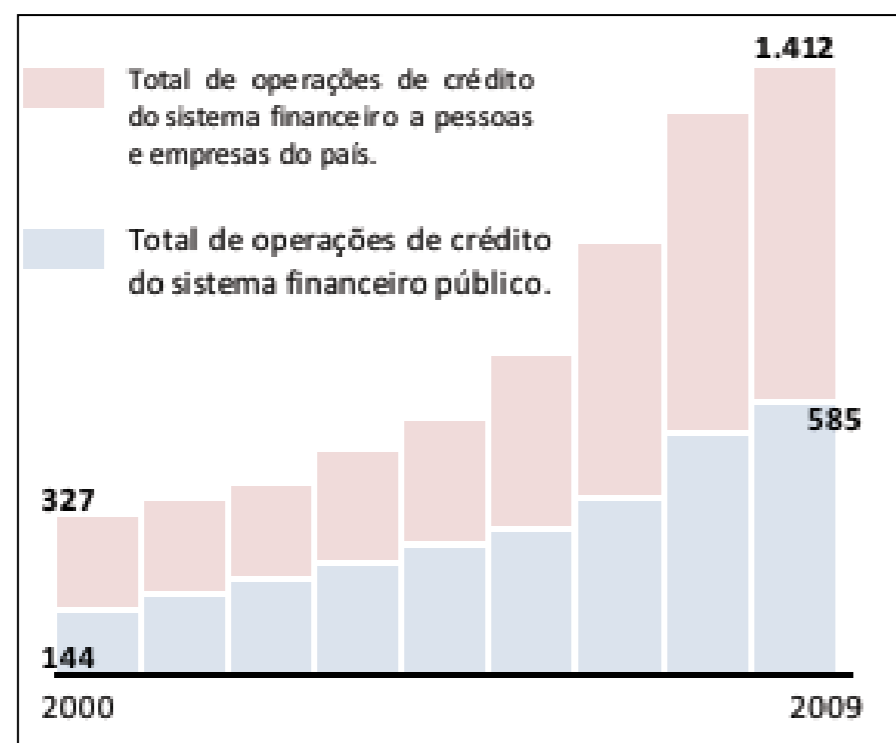
Gráfico 3 - Brasil: consumo de bens duráveis



Fonte: PNAD IBGE

⁶LAHÓZ, André: "Renda e consumo" in LAMOUNIER, Bolívar e FIGUEIREDO, Rubens (orgs): **A era FHC: um balanço**. São Paulo. Cultura Editores Associados, 2002; pags. 80/81.

⁷CARDOSO, Fernando Henrique: **A arte da política - a história que vivi**; Rio de Janeiro; Civilização Brasileira; 2006. Pag. 448.

Gráfico 4 - Oferta de crédito entre 2000 e 2009

Fonte: Revista Exame

Em outras palavras, essa numerosa "nova classe média" entrou em contato com o mercado de forma rápida e com vigor extraordinário. Naquele período, um contingente gigantesco de brasileiros de baixa renda passou a escolher sua operadora de celular ou TV a cabo comparando as tarifas cobradas e as vantagens que teriam. Seus celulares tinham - e têm - dois ou mais "chips" para aproveitar as promoções de cada empresa de telecomunicação. Financiaram automóveis, contrataram planos de saúde, pagaram com cartão de crédito.

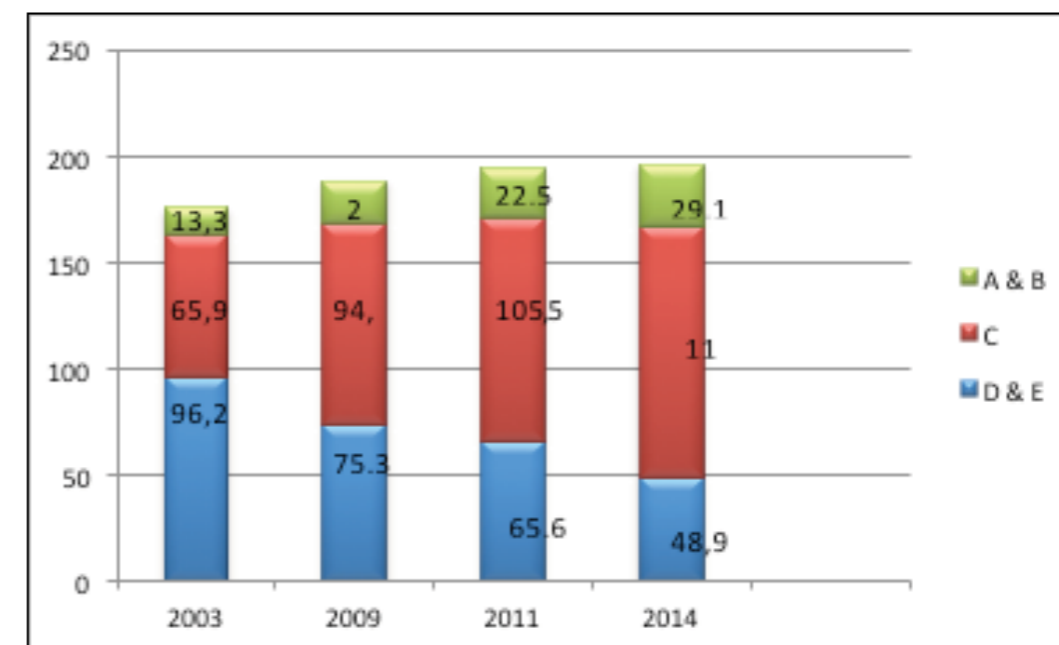
Segundo as palavras do ex-ministro Guilherme Afif em reunião na Fundação Espaço Democrático, "os brasileiros comuns estão mais familiarizados com os mecanismos de mercado do que os grandes capitalistas". E querem progredir. É aquilo que o ex-ministro Marcelo Neri⁸ definiu como "o lado brilhante dos pobres", que, à época, tinham como plano e expectativa de status, a meta é garantir educação superior aos filhos e carteira de trabalho assinada.

Qualitativamente, o brasileiro, sempre muito ligado ao Estado, passou a sentir "no centro do jogo", a valorizar, por assim dizer, as "vontades e virtudes do mercado". De beneficiário de programas sociais, passou à condição de agente que orienta as suas ações. Mais: passou a valorizar a competição em "igualdade de condições", num claro recuo em relação à nossa tradição patrimonialista, tão fortemente arraigada em nossa cultura e bem estudada, entre outros, por Faoro⁹.

Esse comportamento se refletia nas pesquisas de opinião pública, como o levantamento qualitativo, com 180 entrevistas individuais em profundidade aplicadas em todas as regiões do País, realizada pelo CEPAC, em 2011. Do ponto de vista quantitativo, foram realizadas, naquela ocasião, mil entrevistas sobre temas de natureza econômica. Um resultado chamou particularmente a atenção: nada menos que 61% dos brasileiros entrevistados achavam que os "programas sociais recompensam a falta de vontade e prejudicam quem venceu por esforço próprio". Isso em um país com renda "per capita" modesta e que ostenta uma das maiores desigualdades de renda do mundo. Era como se parcela ponderável dos injustiçados socialmente bradasse: "Confio em mim e quero competir no mercado!".

Gráfico 5 - Ponto forte do Brasil: crescimento da classe média

Tamanho relativo da classe econômica (milhão)



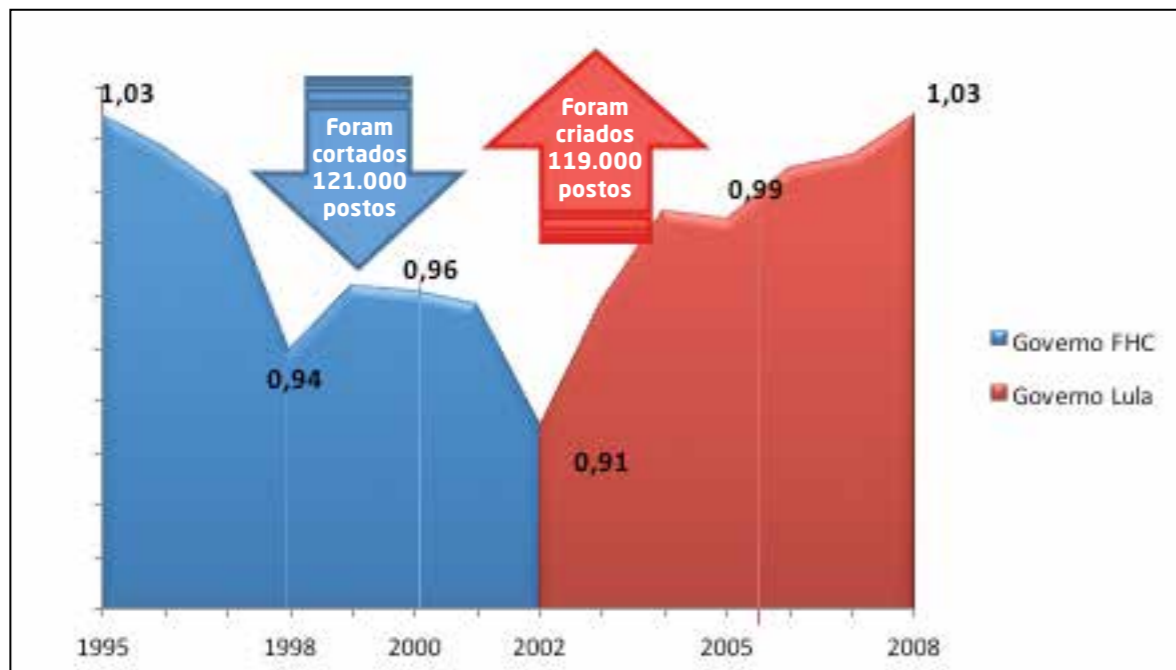
Fonte: CPS-FGV

⁸NERI, Marcelo; *A nova classe média: o lado brilhante dos pobres*; Rio de Janeiro: IGV/CPS; 2010.

⁹FAORO, Raimundo; *Os donos do poder*; Rio de Janeiro: Biblioteca Azul; 2012.

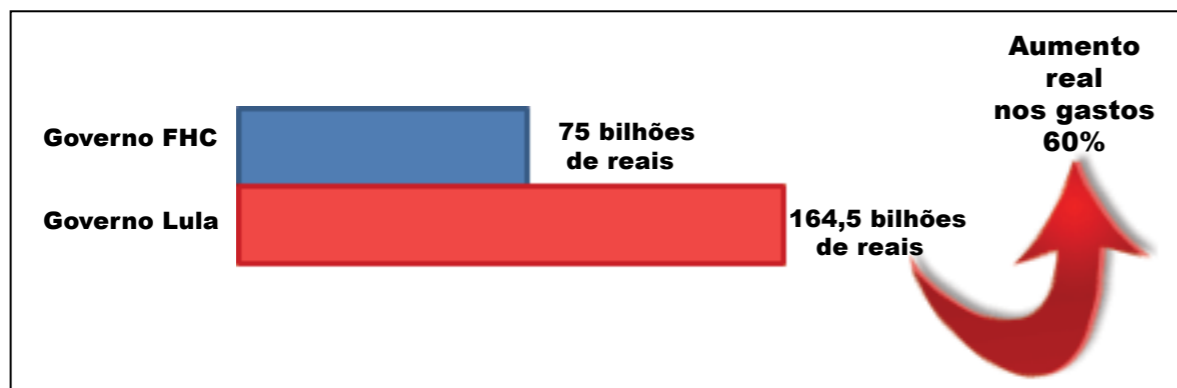
O interessante é que essa nova guinada "liberal-capitalista-consumista" se deu paralelamente ao aumento da presença do Estado. A sociedade escolhia um caminho, o governo ia no sentido oposto. Nos anos do governo Lula (2003-2010), tivemos o aumento da quantidade de servidores públicos, do número de estatais e da participação estatal no "share" de controle acionário das empresas. O cidadão ficava mais liberal ao mesmo tempo em que a economia se estatizava.

Gráfico 6
Face subterrânea: O aumento do Estado máquina administrativa
Evolução total de servidores federais nos governos FHC e Lula (em milhões)



Fonte: Revista Exame

Gráfico 7
Gasto total anual com servidores federais nos governos FHC e Lula



Fonte: Revista Exame

Gráfico 8
Face subterrânea: O aumento do Estado produtor
Empresas públicas: as estatais retomaram sua expansão

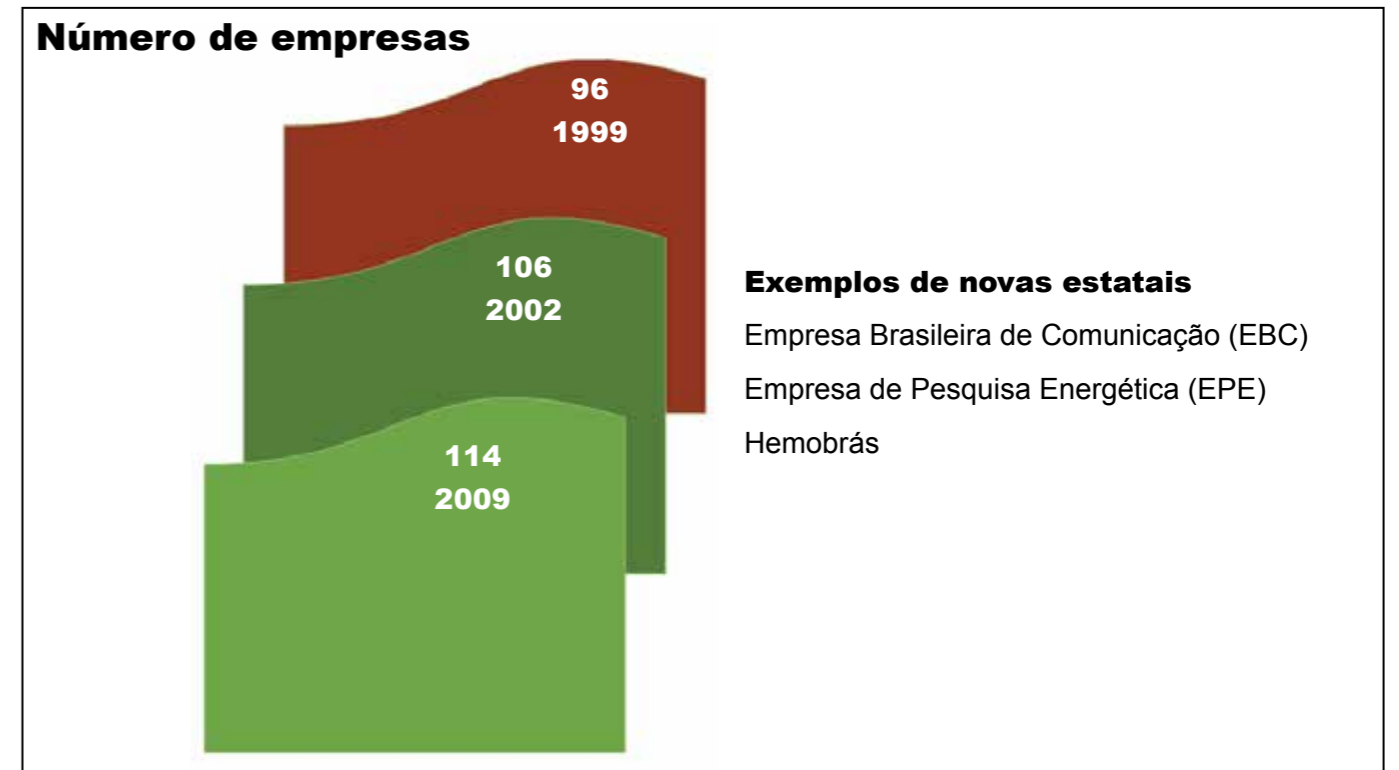


Gráfico 9
Quadro de funcionários das estatais

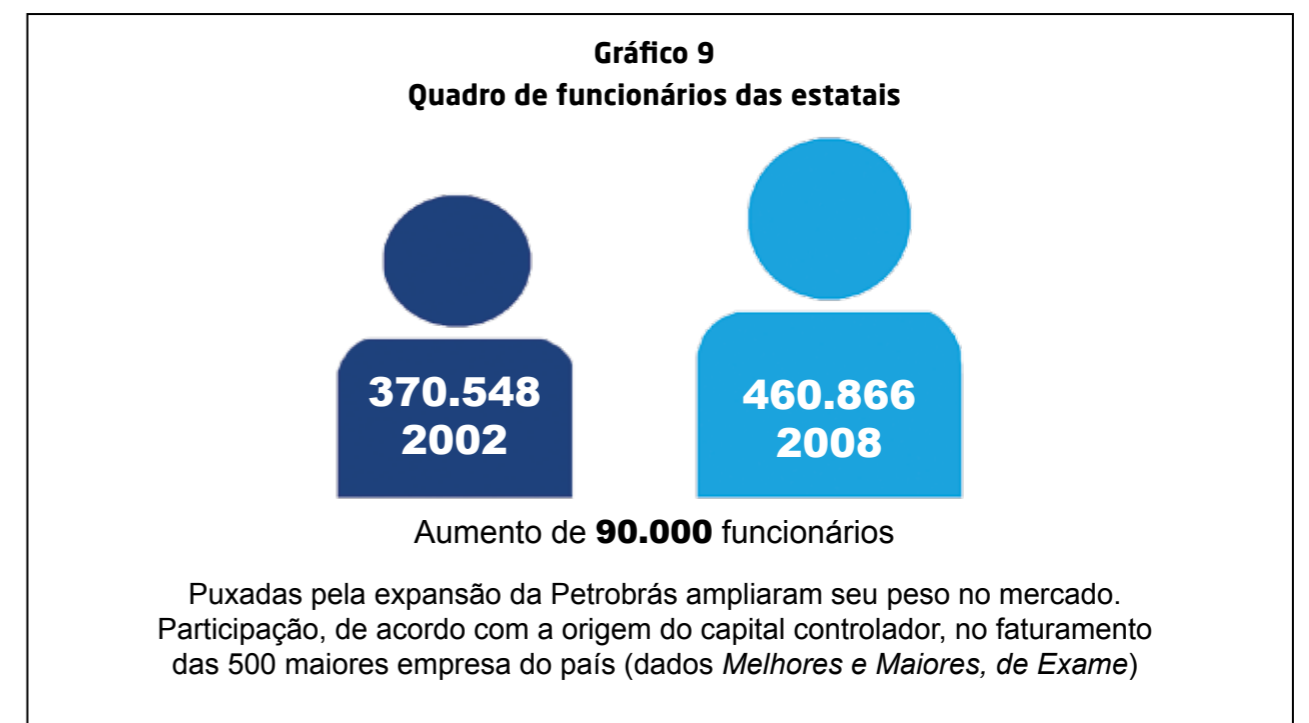
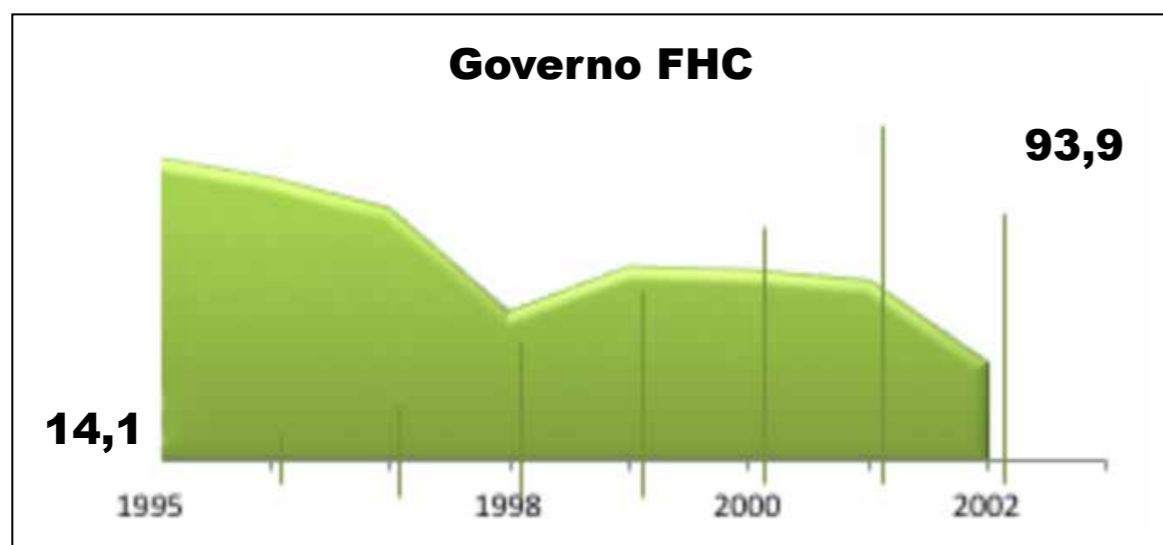


Gráfico 10
Face subterrânea: O aumento do Estado sócio

BNDES: A carteira de investimentos do BNDESpar em empresas está cada vez mais recheada (em bilhões de reais)



A aprovação do governo aumentou. Ao alargamento do consumo na população que ganhava mais de 2 S.M. - a nova classe média - esteve associado o Programa Bolsa Família (PBF), que em 2014 alcançava algo em torno de 13 milhões de famílias ou 52 milhões de pessoas diretamente ou indiretamente beneficiadas. Esse "lumpemeleitorado" passou a participar de uma espécie de "protoconsumo", movimentando e trazendo vida à economia das pequenas cidades do Nordeste. E com isso, votos para o PT.

Estudo realizado por Licio, Rennó e Castro¹⁰ mostra que, em 2006, entre os beneficiários do Bolsa Família, "a porcentagem de voto em Lula foi cerca de 15% maior no primeiro e segundo turnos" do que a observada na média do eleitorado. No Nordeste, em 2006, Lula atingiu 66% da votação.

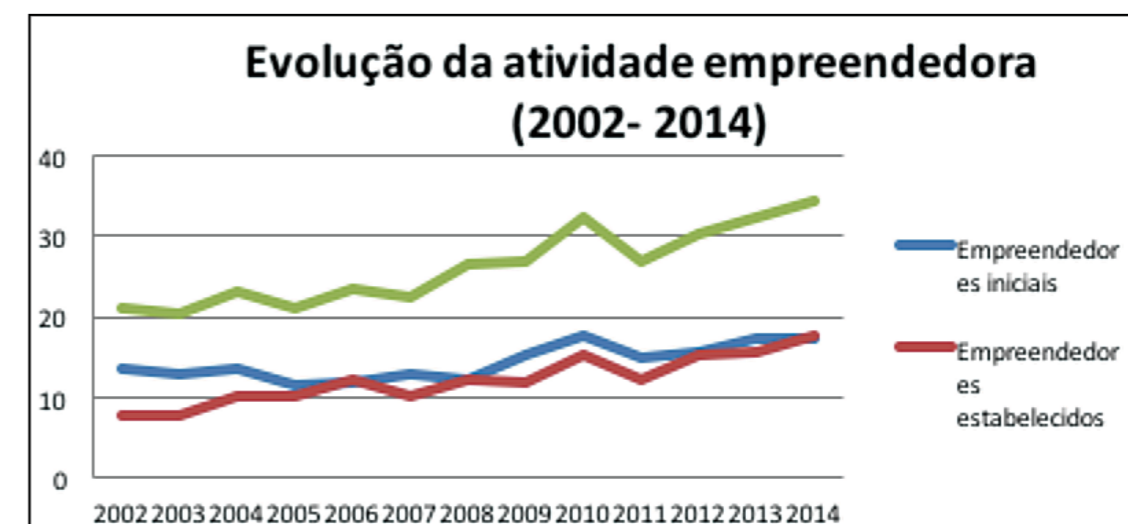
Houve um recrudescimento reativo do intervencionismo estatal, como tentativa de resposta à crise de 2008, com a adoção de "políticas anticíclicas". Foram adotados mecanismos de proteção setorial - ironicamente chamados de "bolsa empresário" pelo economista Marcos Lisboa, em contraposição ao Bolsa Família - e benefícios setoriais tributários - as desonerações. Esse excesso de dirigismo estatal derrubou os índices de confiança dos empresários e colocou o assim chamado mercado contra a ação governamental. Para se ter uma ideia, a queda de avaliação do governo ou a subida dos adversários de Dilma nas pesquisas de intenção de voto nas eleições de 2014 tinham como consequência a subida dos índices da Bolsa de Valores.

¹⁰Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762009000100002

A TERCEIRA MINI REVOLUÇÃO

A terceira mini revolução, que emergiu do ciclo anterior, é o da expansão empreendedora. Aqui, o empreendedor é entendido não apenas como o empresário que cria empresas e contrata empregados - mas também os micro empreendedores individuais, autônomos informais e aquela parcela da população que quer "subir na vida" através dos estudos complementares - daí a expansão do ensino superior privado e a explosão dos cursos de EAD - que pode ser chamado de "autoempreendedor". Esses brasileiros querem crescer, arriscar, produzir. Vale lembrar que pesquisa realizada pela Fundação Espaço Democrático¹¹ apontou que 62% dos brasileiros gostariam de abrir um negócio próprio. Trata-se da "classe" batalhadora.

Gráfico 11 - Evolução da atividade empreendedora



Fonte: GEM Brasil 2014 (5)

Uma segmentação negligenciada como bandeira de cruzamento nas análises de pesquisas de opinião, mas que diz muito sobre o Brasil e os brasileiros, é a distinção entre os eleitores da População Economicamente Ativa (PEA) e os não PEA. São aproximadamente 70% PEA e 30% não PEA. Entre os não PEA, onde se concentram os beneficiários dos Programas governamentais e aposentados, a performance da candidata Dilma num então eventual segundo turno com Marina, em setembro de 2014, era 49% x 40% para a petista. Entre o eleitor PEA, Marina venceria por 50% x 40%. É entre os eleitores PEA que se concentra esse contingente crescente com espírito empreendedor.

¹¹Fundação Espaço Democrático; Pesquisa nacional. 2012.

Essa classe média emergente passou a ostentar aquilo que poderíamos chamar de novo ethos, uma nova "Weltanschauung", a visão de mundo ampliada dos alemães. A definição sobre a "moralidade da classe média", Alan Wolfe - apud Souza e Lamounier, pg 17¹², é muito feliz: "os valores das pessoas que lutam para alcançar um nível de renda adequado, que as faça sentir que têm nas mãos seu destino econômico, e que também buscam viver segundo os princípios da responsabilidade individual, da importância da família, das obrigações para com os outros e da crença em algo que transcende o próprio ser"¹³.

Abaixo temos um resumo de quais os segmentos sociais representam esse novo padrão de comportamento¹⁴:

- Micro e pequenos empresários
- Micro Empreendedor Individual
- Brasileiros que desejam abrir um negócio próprio
- Autônomos informais
- Trabalhadores e estudantes que acreditam ser possível subir na vida por mérito e através de esforço próprio (mesmo que seja para arrumar um emprego melhor)
- Funcionários públicos que querem uma remuneração associada ao desempenho baseado no mérito

Esses três ciclos foram acompanhados e potencializados por transformações sem precedentes na área de comunicação. Dados de abril de 2016 dão conta que, no Brasil, um contingente inacreditavelmente alto, que beira a casa dos 102 milhões de pessoas, estavam conectados ao Facebook. O brasileiro é um dos povos no mundo que mais usa as redes e mídias sociais¹⁵. Além disso, a penetração da internet e dos "smartphones" cresce com dinamismo extraordinário. Antes, as pessoas tinham que "acompanhar" a mídia. Hoje, a "mídia" acompanha as pessoas. Emerge o "novo cidadão".

Tabela 1
O novo cidadão

Cidadão antigo	Novo cidadão
Tudo despenca do Estado.	Eu faço, eu corro atrás, eu sou o responsável pelo meu sucesso.
Televisão, televisão e televisão.	Redes sociais e televisão.
Receptor passivo das mensagens.	Atuante, fala o que acha, produz conteúdo, mobiliza.
Opinião formada pela mídia.	Opinião formada pelo compartilhamento de opiniões.
Reprodução de classe" pelos padrões dos pais.	Reprodução de classe" pela educação e consumo.

Fonte: Rubens Figueiredo

Esse "novo cidadão" é mais favorável à livre iniciativa, espera menos do Estado e está mais à direita no espectro político - ou seja, mais conservador no plano do comportamento e mais liberal no que se refere à economia. Em um país de fortíssima tradição e presença estatais, e onde nada menos do que 62% dos eleitores têm renda familiar abaixo de R\$ 2.172,00, esse dado chega a ser impressionante. Em outras palavras, existe um contingente significativo de brasileiros que, pela renda que auferem, só poderia esperar benefícios estatais - e mesmo assim prefere lutar com suas próprias forças para conseguir o melhor para si.

Na tabela abaixo, é possível acompanhar a evolução das opiniões dos brasileiros em alguns temas que se relacionam com a questão da livre iniciativa e o papel do Estado de 2013 para 2014.

Tabela 2
Evolução dos conceitos dos eleitores

	Novembro 2013	Setembro 2014
A pobreza está ligada à preguiça	32	37
A pobreza está ligada à falta de oportunidades para que as pessoas possam subir na vida	65	58
O governo deve atuar com força na economia para evitar abuso das empresas	58	51
Quanto menos o governo atrapalhar a competição, melhor	31	35
É preferível pagar menos impostos ao governo e contratar serviços particulares de educação e saúde	49	49
É preferível pagar mais impostos e receber serviços gratuitos de educação e saúde	43	40

Fonte: Datafolha

¹²SOUZA, Amaury de e LAMOUNIER, Bolívar; *A classe média brasileira: ambições, valores e projetos de sociedade*; Rio de Janeiro, editora Campus-CNI, 2010, pg 17.13

¹³Esse "ethos da nova classe média" se dissimulou para as favelas. Segundo dados do Datafavela, "dos 11,7 milhões de brasileiros que vivem nas comunidades, cerca de 20% sustentam-se do que apuram em pequenos negócios. Nesse grupo, 64% consideram que estão indo bem ou muito bem na atividade" (11). Os dados são do início de 2014. O Forum Nova Favela Brasileira, em novembro de 2013, foi realizado no Copacabana Palace.

¹⁴Metodologia Sebrae

- Os empreendedores iniciais (ou em estágio inicial) são divididos em duas categorias: nascentes e novos. Os empreendedores nascentes envolvem-se na estruturação de um negócio em que são proprietários, mas ainda não houve pagamento de salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração por mais de três meses. Já os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio, pagando salários, gerando pró-labores ou outra forma de remuneração por mais de três e menos de 42 meses.

- Os empreendedores estabelecidos administram e são proprietários de um negócio já consolidado, pagando salários, gerando pró-labores e qualquer outra forma de remuneração por mais de 42 meses.

- A taxa de empreendedorismo indica o percentual (%) da população entre 18 e 64 anos que é considerada empreendedora, ou o percentual (%) dos que são considerados empreendedores em estratos da mesma população.

¹⁵BAUMAN, Zygmunt; *Vida líquida*. Rio de Janeiro. Zahar Editores. 2007.

Em 2017, a Fundação Perseu Abramo, instituto de estudos ligado ao PT, divulgou uma pesquisa que obteve grande ressonância entre os formadores de opinião¹⁶. O estudo sobre as percepções e os valores políticos na periferia da cidade de São Paulo buscou identificar aqueles eleitores que votaram em Fernando Haddad em 2012 e em Dilma Rousseff em 2014, mas que "abandonaram o barco" petista nas eleições municipais de 2016.

A pesquisa com esse contingente de ex-eleitores petistas apresentou os seguintes resultados:

- Enxergavam o dono da empresa não como o patrão explorador, mas como o empregador que fazia de tudo para proteger o emprego de seus funcionários;
- Querem ser donos de seu destino;
- Não viam como grande antagonista o capitalista - e sim o Estado, grande cobrador de impostos excessivos e um entrave ao desenvolvimento das empresas, o próprio Leviatã.
- Tinham, nas palavras do relatório, "forte desejo por visibilidade e valorização pessoal, querem ter um 'lugar no mundo' e rejeitam homogeneizações, não querem ser tratados como massa amorfa incapaz: os pobres"

O desapontamento, frustração mesmo, do analista do levantamento é visível. Decepcionado, ele afirma a certa altura: "as pessoas não têm consciência de classe, as pessoas pensam por si mesmas", como se isso fosse inconcebível, quase um pecado mortal. Tal comportamento esdrúxulo levaria a um liberalismo popular, uma verdadeira aberração para a esquerda, que deveria adotar ações "contra hegemônicas" para mostrar que o que existe, de fato,

é a divisão de classe, um conflito que emerge das relações de produção e deveria ser resgatado pelo partido. No site da Fundação Perseu Abramo, era possível ler: "A pesquisa demonstra uma intensa presença dos valores liberais do 'faça você mesmo', do individualismo, da competitividade e da eficiência".

O brasileiro mudou - e mudou muito. O Estado ficou igual, se é que não piorou. Há uma enorme dissonância: o governo quer que o consumidor consuma, mas não deixa que o produtores produzam. Os cidadãos querem progredir, realizar, melhorar - o Estado trava, dificulta, engessa.

Pelo menos dois ciclos têm o seu correspondente "representante" no plano político. No ciclo de estabilização monetária, o PSDB era a grande referência, com vitórias nas eleições presidenciais de 1994 e 1998 e a realização de reformas que promoveram um ajuste de grandes proporções. Depois, na explosão do consumo associado ao Programa Bolsa Família na administração 2003-2010, o PT assumiu o processo, foi identificado ao surto de bem-estar e angariou uma aprovação popular, essa sim, nunca antes vista na história desse País.

Vale aqui um comentário sobre a evolução do perfil do eleitor petista nas eleições de 2002 e 2006. Singer (2009), no estudo "Raízes sociais e ideológicas do lulismo"¹⁷ pondera que, entre as duas eleições, houve uma mudança significativa no padrão sócio-econômico do seu eleitorado. Diz o autor: "Em perspectiva comparada, as cientistas políticas Denilde Oliveira Holzhacker e Elizabeth Balbachevsky observaram que em 2002 o voto em Lula "não estava especialmente associado com nenhum estrato social", enquanto em 2006 "os eleitores da classe baixa se mostram significativamente mais inclinados a dar seu voto em Lula".

Tabela 3
Intenção de voto por renda - Segundo turno 2006

	Até 2 SM	+ de 2 a 5 SM	+ de 5 a 10 SM	+ de 10 SM	Total
Lula	64%	56%	44%	36%	57%
Alckmin	25%	35%	46%	54%	33%
Branco/nulo/não sabe	10%	9%	11%	10%	10%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Ibope, pesquisa realizada entre 28 e 28 de outubro de 2006

Como se percebe na tabela 3, à medida que cresce o nível de renda do eleitor, cai a intenção de voto em Lula. Se em 2002 o lulopetismo representava uma espécie de argamassa unindo os diferentes níveis de renda do eleitor brasileiro, em 2006 a candidatura petista claramente dividiu o eleitorado entre ricos e pobres.

Lula, em 1989, tinha mais votos entre os estratos de renda mais alta do que entre os mais pobres - o candidato desse segmento era Collor. Em 2002, o padrão se repete, com menos intensidade. Em 2006, o "lulopetismo" fica dependente do "lumpemeleitorado" e em menor medida os eleitores do segmento de 2 a 5 SM.

O comportamento do eleitorado durante o período do governo Dilma, no que diz respeito à avaliação positiva de sua gestão, e os indicadores de intenção de voto durante a campanha eleitoral de 2014 se mantiveram semelhantes ao observado na eleição de Lula de 2006: quanto maiores a escolaridade e a renda, menos aprovação tem o governo Dilma e menos intenção de voto tem a candidata petista.

Além disso, as "jornadas de junho" de 2013¹⁸ derubaram de forma vigorosa a preferência partidária pelo PT, além da credibilidade dos partidos e demais instituições políticas. É possível afirmar que Junho de 2013 "arremessou" a política para outro patamar. Naquele episódio, o grande recado das ruas para

tudo o que dizia respeito às instituições políticas era: "vocês não nos representam". Comparando a pesquisa Ibope de outubro de 2012 com pesquisa Datafolha de setembro de 2014, a preferência pelo PT caiu de 24 para 15%. Em setembro de 2014, quase 70% dos brasileiros não tinham preferência ou simpatia por nenhum partido político. A ordem política foi carcomida pelo descrédito.

Essas três "mini revoluções" ocorreram em um período muito curto em termos históricos. Está mais do que claro que as instituições políticas não acompanharam essa intensa transformação na sociedade. É preciso dar conta de que o caminho não está nem no fundamentalismo do mercado. Tampouco no endeusamento do Estado. Insistir nisso é colocar pólvora onde se demanda "chip". As instituições tradicionais precisam se reciclar e a classe política se esforçar para acompanhar uma nova dinâmica social que reclama o aperfeiçoamento acelerado das formas de representação e dutos de vazão dos desejos. Ou ficaremos assistindo, indefinidamente, um cabo de guerra entre o indivíduo que quer progredir pelas suas próprias forças e as instituições políticas anacrônicas que, a pretexto de proteger os mais vulneráveis, encarcera-os na mediocridade dos que são, por absoluta falta de opção ou a contragosto, eternamente tutelados.

¹⁶FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO Percepção e valores políticos na periferia de São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2017. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/2017/03/25/percepcoes-na-periferia-de-sao-paulo/>

¹⁷Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01033002009000300004

¹⁸Sobre os movimentos de junho de 2013, ver FIGUEIREDO, Rubens (org); **Junho de 2013: a sociedade enfrenta o Estado**. São Paulo. Summus Editora. 2014.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROSO, Luís Roberto. Estado e livre iniciativa na experiência constitucional brasileira. 2014. Disponível em: http://www.luistrobertobarroso.com.br/wp-content/uploads/2014/04/Estado-e-Livre-iniciativa_vers%C3%A3o-final_11abr2014.pdf

BAUMAN, Zygmunt. Vida líquida. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2007.

CARDOSO, Fernando Henrique. A arte da política: a história que vivi. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

CARDOSO, Fernando Henrique; Crise e reinvenção da política no Brasil: São Paulo: Companhia das Letras; 2018: pg 153

FAORO, Raimundo. Os donos do poder. Rio de Janeiro: Biblioteca Azul, 2012.

FIGUEIREDO, Rubens (org). Junho de 2013: a sociedade enfrenta o Estado. São Paulo: Summus Editora, 2014.

FUNDAÇÃO ESPAÇO DEMOCRÁTICO. Pesquisa nacional. 2012.

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. Percepções e valores políticos na periferia de São Paulo. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2017. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/2017/03/25/percepcoes-na-periferia-de-sao-paulo/>

LAHÓZ, André: Renda e consumo. In: LAMOUNIER, Bolívar, FIGUEIREDO, Rubens (orgs.). A era FHC: um balanço. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

LEITÃO, Miriam. A saga brasileira. a longa luta de um povo por sua moeda. Rio de Janeiro: Record, 2011.

LICIO, Elaine Cristina; RENNÓ, Lúcio R.; CASTRO, Henrique Carlos de O. de. Bolsa Família e Voto na Eleição Presidencial de 2006: em busca do elo perdido. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, vol. 15, nº 1, Junho, 2009, p.31-54. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v15n1/a03v15n1>

NERI, Marcelo. A nova classe média: o lado brilhante dos pobres. Rio de Janeiro: IGV/CPS, 2010.

SINGER, André. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. Novos estud. - CEBRAP. São Paulo, n. 85, 2009, p. 83-102. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002009000300004&script=sci_abstract&tlng=pt

SOUZA, Amaury de; LAMOUNIER, Bolívar. A classe média brasileira: ambições, valores e projetos de sociedade. Rio de Janeiro: Campus-CNI, 2010.

Presidente

Guilherme Afif

1º Vice-presidente

Vilmar Rocha

2º Vice-presidente

Alfredo Cotait Neto

Secretária

Alda Marco Antonio

Diretor Superintendente

João Francisco Aprá

Conselho Superior de Orientação

Presidente - Gilberto Kassab

Guilherme Afif

Omar Aziz

Raimundo Colombo

Otto Alencar

Claudio Lembo

Ricardo Patah

Vilmar Rocha

Guilherme Campos

Robinson Faria



Fundação para Estudos e Formação Política do PSD

DOCUMENTOS - Coleção 2018 - "As três "mini revoluções" brasileiras: 1994-2014"
ESPAÇO DEMOCRÁTICO - Site: www.espacodemocratico.org.br Facebook: **EspacoDemocraticoPSD** Twitter: **@espdemocratico**
Coordenação - Scriptum Comunicação - Jornalista responsável - Sérgio Rondino (MTB 8367)
Projeto Gráfico - BReeder Editora e Ass. de Com. Ltda - Marisa Villas Boas - Foto - Scriptum



www.espacodemocratico.org.br

DOCUMENTO