

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

Metade dos eleitores da classe C não tem memória da inflação

14/05/2011

Cinco em cada dez eleitores da nova classe média aptos a ir às urnas em 2014 não viveram o período de inflação elevada e, por isso, não têm memória da escalada de preços no dia a dia. São cerca de 35 milhões de pessoas, com renda familiar entre três e dez salários mínimos, que representarão 28% do eleitorado total nas próximas eleições presidenciais.

Os dados fazem parte de uma projeção inédita feita pelo Instituto Data Popular, a partir de dados do IBGE.

O estudo indica, segundo especialistas, que a intenção da oposição de explorar o crescimento atual da inflação pode ter efeito relativo. Também sugere que perderá força o tradicional discurso do PSDB de que o partido é o responsável pela estabilização da moeda, com a criação do Plano Real, e pela deflagração do processo de recuperação econômica.

Em 94, quando o controle da inflação dominava o discurso político, todo o eleitorado da classe C estava familiarizado com o tema. "A nova classe média vota olhando para frente e não pelo retrovisor. É grata pelas conquistas recentes, mas votará em quem pode ser a melhor alternativa para manter sua qualidade de vida", avalia Renato Meirelles, sócio-diretor do Data Popular.

Para o cientista político Amaury de Souza, porém, o fato de o eleitor não ter a lembrança da inflação não o afasta obrigatoriamente do tema. "A perda de renda afeta mais diretamente a classe C, principalmente se ela vir escoar por entre os dedos o que acabou de conquistar." Se houver aumento da inflação, o governo pode ser responsabilizado, e quem se beneficia é a oposição, afirma o sociólogo. Caso consiga combatê-la, o governo pode "capitalizar a seu favor".

Para o cientista político Bolívar Lamounier, um dos debates mais importantes a ser feito é como oferecer condições para que essa nova classe média se sustente. "Somente pelo emprego, isso não vai ocorrer. Um dos caminhos é pelo empreendedorismo, mas ninguém está olhando para esse tema."