



ELEIÇÕES 1/3 – Muito Além de Intenções de Voto – A Polarização e o Pessimismo

Resumo e Conclusões

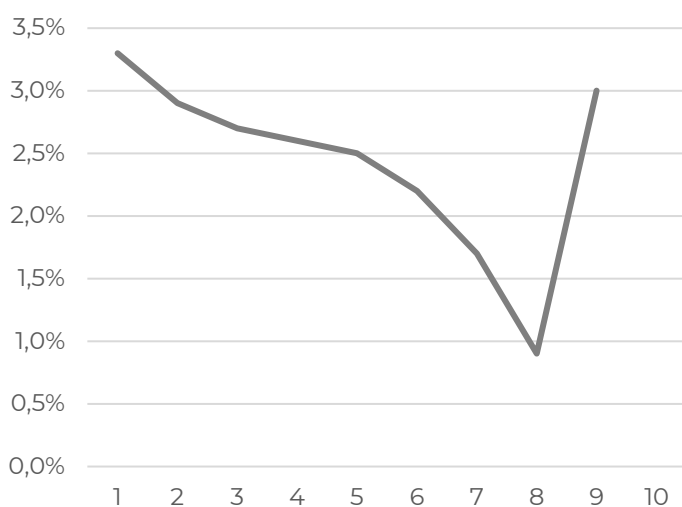
A polarização política e o pessimismo atuais podem estar ligados ao descontentamento de uma parcela relevante da população que se vê perdedora em um jogo arbitrado por instituições mais preocupadas com a autopreservação do que com a defesa de regras justas e imparciais.

A mão do Estado passa a ser vista como determinante da alocação de riqueza em favor de grupos específicos – muitas vezes percebidos como não merecedores – sem impor ônus relevante aos segmentos mais privilegiados da sociedade. Daí a força de temas como meritocracia, religião e empreendedorismo.

A polarização e o pessimismo em um contexto de eleições favorecem abordagens populistas, como: 1) busca por culpados, 2) apresentação de soluções simples, 3) combate às instituições e 4) apelo emocional focado no medo.

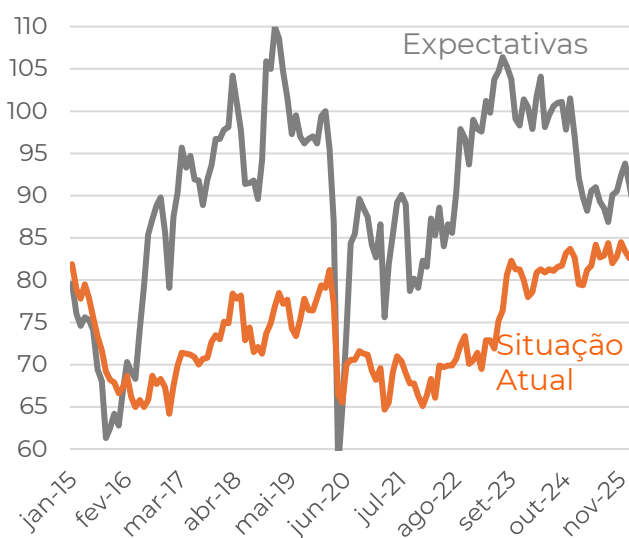
- O Brasil realizará, em outubro de 2026, eleições para presidente, governadores de 27 unidades federativas, todas as cadeiras das assembleias estadual e federal, e 2/3 das vagas no Senado.
- Tanto a capacidade de planejar uma campanha quando a de atribuir alguma probabilidade embasada a respeito do resultado esperado, com consequente impacto sobre o cenário macroeconômico, dependem fundamentalmente de uma razoável compreensão do contexto socioeconômico brasileiro, assim como da forma pela qual o eleitor se posiciona (seus principais medos e aspirações).
- Abordamos aqui o tema da polarização e do pessimismo. O segundo artigo será sobre as inquietações e demandas do eleitor brasileiro. E o terceiro tratará de sua visão de mundo.

Gráfico 1: Brasil - Ganho Anual de Renda por Percentil de Renda (à esquerda mais pobre e à direita mais rico) de 2007 a 2015



Fonte: Neri, M. (2024), pp. 181.

Gráfico 2: Confiança do Consumidor FGV – Índice Dessazonalizado



Fonte: FGV

Polarização

A característica mais marcante do contexto eleitoral de 2026 é, obviamente, a polarização. Dentre tudo o que pode ser considerado como causa do fenômeno, que ocorre não apenas no Brasil, mas também em outras grandes democracias, atribuímos importância maior a dois fatores principais: 1) O impacto desigual do crescimento da renda no período mais intenso de globalização; e 2) Ansiedade e medo das pessoas frente ao ritmo de mudanças ocorrendo no Brasil e no Mundo.

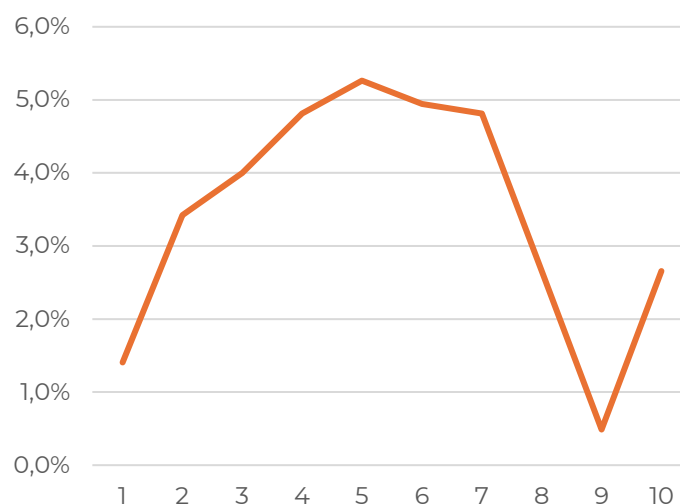
Impacto Desigual do Crescimento da Renda no Início do Século XXI

No primeiro caso destacamos algumas evidências sugerindo que a renda tem crescido mais rapidamente nos extratos mais pobres da população mundial ao longo dos últimos 25-30 anos. O pesquisador Branco Milanovic, em seu livro “Global Inequality. A New Approach for the Age of Globalization” apresentou famoso Gráfico do Elefante para o período que vai de 1998 a 2008, reproduzido abaixo (gráfico 3). O mesmo padrão provavelmente ocorreu em outros países e durante os anos seguintes. No caso do Brasil, temos a compilação de dados feita pelo pesquisador Marcelo Neri (gráfico 4) para o período entre 2007 e 2015.

Os dois gráficos parecem mostrar que a redução da desigualdade pode ter ocorrido (e provavelmente ainda está ocorrendo) em detrimento da chamada classe média alta. Não se trata de perda de renda para esse segmento, mas é possível que alguns indivíduos não se sintam felizes por ver seu padrão de vida melhorar mais lentamente do que o do restante da população. Seria natural um sentimento de indignação, principalmente na medida em que essa dinâmica se mostra como consequência de políticas públicas que beneficiam minorias ou grupos vistos como menos produtivos e austeros em relação ao trabalho e às finanças pessoais. O Estado pode ser visto como distribuidor de benesses que não é capaz de impor ônus aos mais ricos (privilegiados), cuja expansão de renda se mantém robusta. Daí o apelo de temas como meritocracia, religião e empreendedorismo.

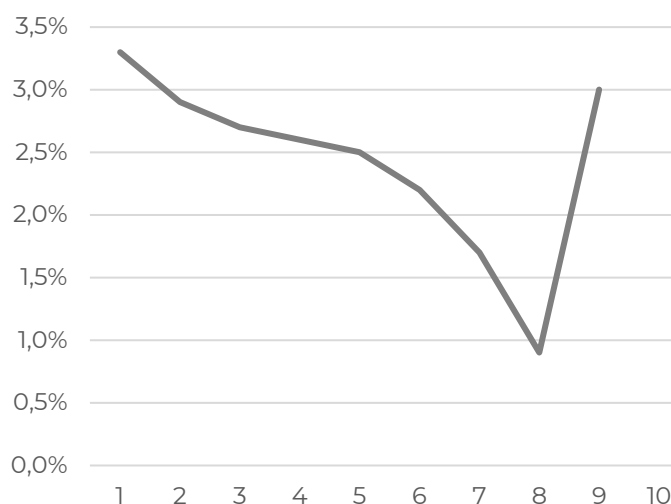
A polarização vai contra a teoria do eleitor mediano, que preconiza que em sistemas de votação por maioria absoluta, as preferências do eleitor tenderiam a recair sobre candidatos que ocupam posição mais central no espectro de opiniões. Em um sistema que prevê a ocorrência de segundo turno, o mundo político dividido pelo radicalismo e tende a levar para a fase final os candidatos radicais. A moderação não é percebida como virtude pela massa extremista.

Gráfico 3: Mundo - Ganho Anual de Renda por Percentil de Renda (à esquerda mais pobre e à direita mais rico) de 1998 a 2008



Fonte: Milanovic, B. (2016), pp. 11 de 219.

Gráfico 4: Brasil - Ganho Anual de Renda por Percentil de Renda (à esquerda mais pobre e à direita mais rico) de 2007 a 2015



Fonte: Neri, M. (2024), pp. 181.

Pessimismo

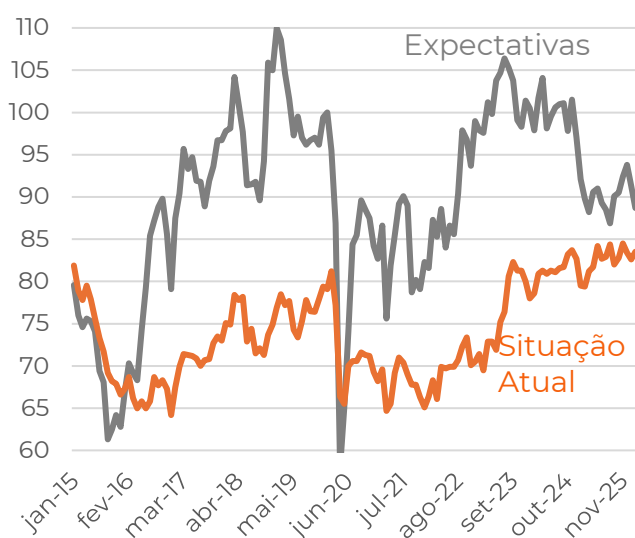
O tema da ansiedade e apreensão com o ritmo acelerado de mudanças pode ser ilustrado pelos dados da Pesquisa IPSOS FLAIR 2026, que apontam 91% das pessoas concordando com a frase “o mundo está mudando rápido demais” e 60% tomados pela nostalgia (gostariam que o país “voltasse a ser o que era antes”). O envelhecimento da população é determinante sobre esse sentimento.

O medo é parente próximo do pessimismo. Veja no caso da economia. Ainda que as pessoas percebam sua situação financeira como satisfatória, tendem a expressar ceticismo em relação ao futuro. O gráfico 5 mostra a Sondagem de Confiança do Consumidor realizada pela FGV. Enquanto o indicador referente às condições atuais está no melhor nível dos últimos 10 anos, as percepções relacionadas às expectativas se mostram tão ruins quanto nos piores momentos desse mesmo período. O dado é consistente com a pesquisa da IPSOS que mostra 66% dos entrevistados que acham que o Brasil “está no caminho errado”. Na pesquisa realizada em meados de 2025, 22% de seus próprios eleitores expressaram que o governo estava “pior do que esperavam”.

Nesse contexto, é claro que um noticiário coalhado por notícias negativas, principalmente relacionadas a escândalos de corrupção e favorecimentos, contribuem apenas para reduzir a visibilidade de uma luz no final do túnel. O eleitor cético se percebe perdedor no jogo de soma zero arbitrado por instituições que atuam de forma, ao seu ver, tendenciosa. Esse sujeito tende a clamar por mudança.

Sabemos que a campanha eleitoral pode mudar as percepções. A comunicação tentará manipular as saliências, ou seja, exaltar as características positivas e minimizar as negativas, de cada candidato. Pode até conseguir mudar a forma pela qual os postulantes ao cargo majoritário são percebidos em relação à capacidade de gerar as transformações demandadas. Mas será extremamente difícil para o marketing político conseguir mudar algumas das emoções mais consolidadas no eleitor brasileiro em 2026: o pessimismo e o medo.

Gráfico 5: Confiança do Consumidor FGV – Índice Dessazonalizado



Fonte: FGV

Gráfico 6 – Aprovação do Presidente



Fonte: IPSOS

Conclusão

A polarização política e o pessimismo atuais podem estar ligados ao descontentamento de uma parcela relevante da população que se vê perdedora em um jogo arbitrado por instituições mais preocupadas com a autopreservação do que com a defesa de regras justas e imparciais.

A mão do Estado passa a ser vista como determinante da alocação de riqueza em favor de grupos específicos – muitas vezes percebidos como não merecedores - sem impor ônus relevante aos segmentos mais privilegiados da sociedade.

Daí a força de temas como meritocracia, religião e empreendedorismo.

A polarização e o pessimismo em um contexto de eleições favorecem abordagens populistas, como: 1) busca por culpados, 2) apresentação de soluções simples, 3) combate às instituições e 4) apelo emocional focado no medo.

Referências

IPSOS. Flair Brasil 2026. Eco dos Tempos: como a colisão entre passado e presente moldam o fragmentado futuro do Brasil. Agosto de 2025.

Milanovic, B. Global Inequality. A New Approach for the Age of Globalization. The Belknap Press of Harvard University Press. CA. Massachusetts. 2016

Neri, M. C. Shifts in Brazilian Income Distribution and Wellbeing in the 21st Century. FGV Editora. Rio de Janeiro. 2024

Este relatório foi preparado e publicado pela equipe de sócios e consultores da Pezco Consultoria, Editora e Desenvolvimento Ltda ("Pezco Economics"), exclusivamente para seus clientes e parceiros. Este documento tem como objetivo servir de base para a discussão de elementos do ambiente econômico e setorial, através da compilação de informações e exposição de análises e de pontos de vista. Foram tomados os melhores cuidados com a confiabilidade das informações e de suas fontes, mas não é possível garantir a exatidão delas ou das análises realizadas sobre elas. Todas as informações aqui contidas a título de "projeção" ou "previsão" estão fundamentadas em elementos e tendências disponíveis quando a análise foi produzida, cujos pressupostos podem mudar significativamente ao longo do tempo. Este documento não se destina a oferecer ou solicitar compra ou venda de quaisquer bens ou serviços. A Pezco Economics e os profissionais que participaram deste relatório não se responsabilizam por decisões tomadas com base neste. Tanto a Pezco Economics quanto seus sócios e consultores que figuram neste relatório podem manter posições em ativos mencionados neste documento, bem como podem estar participando ou ter participado de projetos de consultoria/assessoria relacionados a organizações aqui mencionadas – nesse caso, as análises resultantes desconsideram as informações não públicas e protegidas por acordos de confidencialidade. Este relatório não pode ser reproduzido ou redistribuído para qualquer outra pessoa, no todo ou em parte, qualquer que seja o propósito, sem o prévio consentimento por escrito pela Pezco Economics.