



F U N D A Ç Ã O  
Perseu Abramo  
Partido dos Trabalhadores



# PERCEPÇÕES E VALORES POLÍTICOS NAS PERIFERIAS DE SÃO PAULO



F U N D A Ç Ã O  
Perseu Abramo  
Partido dos Trabalhadores

# INTRODUÇÃO

## HIPÓTESE INICIAL

- Durante as gestões Lula e Dilma, a ampliação dos mercados de trabalho e consumo, combinada à distribuição de renda e à mobilidade social, criaram novas dinâmicas socioeconômicas na periferia de São Paulo.
- No momento de expansão e avanço do ciclo econômico novos valores em relação aos costumes e a política foram gestados entre as camadas populares, que passaram a se identificar mais com a ideologia liberal que sobrevaloriza o mercado.
- No momento de descenso e retração do ciclo econômico essa camada da população passou a reagir informada por horizontes menos associativistas e comunitaristas e mais por diretrizes marcadas pelo individualismo e pela lógica da competição, com uma tônica acentuada do mérito nos discursos.
- Neste cenário, as Igrejas neopentecostais parecem ganhar espaço.

## OBJETIVOS

1

Compreender, de forma profunda e detalhada, os elementos que têm formado a **visão de mundo** e o **imaginário social** nas periferias da cidade de São Paulo;

2

Reunir conhecimento que colabore para reflexão e atualização do **projeto político** do PT, bem como para fortalecer a **disputa de valores** na sociedade.

# OBJETIVOS

## ÁREAS DE ABORDAGEM:

- **Território**
- **Família e Mobilidade Social:** Trajetória de mobilidade (ascensão ou não/ expectativas futuras; grau de agregação e/ou desagregação familiar);
- **Escola:** Relação com a formação e com a ideologia do mérito;
- **Trabalho e Vida Econômica:** Trajetória educacional e profissional; relação do “bico/viração” com empreendedorismo;
- **Sociabilidade, Lazer e Consumo:** Espaço de sociabilização no tempo livre;
- **Religião:** Papel da religião na organização da vida;
- **Relações de Gênero, Racismo, Homofobia, Aborto, Drogas e Direitos Humanos:** Valores e círculo entre progressismo e conservadorismo;
- **Percepções Político-Institucionais:** Visão de país e partido.

## METODOLOGIA

- Pesquisa qualitativa realizada por meio de duas técnicas complementares: entrevistas em profundidade e grupos focais.
- Sobre pesquisa qualitativa: A pesquisa qualitativa tem como objetivo expor os entrevistados a um conjunto de temas pré-determinados e captar a compreensão, percepção e valores presentes na opinião pública a respeito destes assuntos, assim como a narrativa discursiva construída em torno deles.
- É uma metodologia eficaz para indicar tendências a respeito do pensamento médio dos públicos-alvo escolhidos, mas não tem a finalidade de mensurar quantitativamente quais opiniões são mais frequentes.

# METODOLOGIA

## 1 - PERFIL DA AMOSTRA:

- **Gêneros:** Masculino e Feminino
- **Faixa etária:**
  - a) 18 a 24 anos;
  - b) 25 a 34 anos;
  - c) 35 a 44 anos;
  - d) 45 anos ou mais.
- **Território:** bairros periféricos / comunidades (favelas)
- **Beneficiários ou ex-beneficiários de programas sociais/não beneficiários** - a amostra contemplou um mínimo de 30% das entrevistas (20) com beneficiários ou ex-beneficiários de programas sociais (BF, MCMV, Prouni, Fies).
- **Renda Familiar Mensal:**
  - Faixa 1 – Até 2 salários mínimos;
  - Faixa 2 – mais de 2 e até 5 salários mínimos.
- **Religião:** evangélicos neo-pentecostais/ outras religiões
- **Eleitoral:** votou no PT de 2000 a 2012, mas não votou em Fernando Haddad nas eleições municipais de 2016 e em Dilma Rousseff na eleição presidencial de 2014.

## METODOLOGIA

### 2 - ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE (EP):

63 entrevistas em profundidade, tendo como público-alvo moradores das periferias da cidade de São Paulo com o seguinte perfil:

	Homem				Mulher			
	Branco		Negro		Branca		Negra	
	Renda 1	Renda 2						
Faixa Etária A	1 EP							
Faixa Etária B	1 EP							
Faixa Etária C	1 EP							
Faixa Etária D	1 EP							
Total								24 entrevistas por território

- **Período de Campo:** As entrevistas foram realizadas de 22/11/2016 a 10/01/2017.

## METODOLOGIA

### 3 - GRUPOS FOCAIS (GF):

Foram realizados 5 grupos focais, compostos entre 8 e 12 participantes tendo como público-alvo o seguinte perfil:

	Neo-pentecostais		Não neopentecostais	
	Renda 1	Renda 2	Renda 1	Renda 2
Faixa Etária 1	2 GF	1 GF	1 GF	1 GF
Total	5 Grupos Focais			



F U N D A Ç Ã O  
Perseu Abramo  
Partido dos Trabalhadores

# DESENVOLVIMENTO

## **RESULTADOS GERAIS**

**DO PONTO DE VISTA DA ORIENTAÇÃO DOS  
VALORES E FORMULAÇÃO POLÍTICA TEMOS  
ALGUNS RESULTADOS GERAIS...**

## RESULTADOS GERAIS

1

A formulação e debate sobre a política se dão de forma superficial e ainda de acordo com a agenda definida pela mídia hegemônica.

- Os entrevistados têm, no geral, rotina agitada e sufocante e, portanto, a formulação acerca da política não é a prioridade no cotidiano.
- Assuntos debatidos com mais frequência são aqueles que estão na pauta da grande mídia, que continua sendo uma das principais fontes de informação da maioria, como casos de escândalo de corrupção, Operação Lava Jato ou debates sobre as recentes eleições municipais.
- Quando questionados sobre assuntos mais complexos ou definição de conceitos políticos, tinha-se a impressão, para a maioria, de que era a primeira vez que construíam uma argumentação sobre aqueles temas.



## RESULTADOS GERAIS

2

'Categorias analíticas' utilizadas pela militância política ou pelo meio acadêmico não fazem sentido para os entrevistados:

- A rationalização acerca da política não segue a lógica do espectro ideológico que vai de direita à esquerda. Os julgamentos flutuam em zigue-zague, de posições mais conservadoras a mais progressistas dependendo do assunto abordado.
- Palavras que limitam os campos e são utilizadas inclusive de maneira pejorativa em disputas políticas ('reaça' e 'coxinha' ou 'conservador' X 'progressista') não habitam o imaginário desta população.



A POLARIZAÇÃO POLÍTICA NÃO É BEM DEFINIDA  
OU É INEXISTENTE PARA O PÚBLICO ESTUDADO.



**“Direita é alguém direito, correto. Esquerda é quem vive reclamando”**

***Eu acho que a direita é quem está no poder  
e a esquerda é a oposição!***

**“**

*(Gênero masculino, 30 anos, branco – faixa de renda 2)*

## RESULTADOS GERAIS

3

A 'política institucional' também é vista, muitas vezes, como um bloco monolítico:

- Esferas federal, estadual e municipal se confundem – não é fácil definir as funções de cada uma.
- A tendência é de que tudo o que concerne à vivência concreta na cidade seja cobrado das prefeituras e o que diz respeito a questões mais macro e abstratas para a Presidência da República, isentando o governo estadual.



TAMBÉM NÃO HÁ SEGURANÇA QUANTO ÀS PRERROGATIVAS DE CADA PODER: LEGISLATIVO X EXECUTIVO. NO LIMITE, É TUDO "O GOVERNO".

## RESULTADOS GERAIS

4

A cisão entre 'classe trabalhadora' e burguesia também não perpassa pelo imaginário dos entrevistados:

- Trabalhador e patrão são diferentes, mas não existe no discurso relação de exploração: um precisa do outro, estão no 'mesmo barco'.
- Destaque para o singular, porque não há ideia de coletivo; não há conflito de interesses.
- Independente da renda e da ocupação, as pessoas tendem a se auto-classificar como pertencentes à classe média, pois a pobreza está associada à falta de moradia e alimento e a riqueza está associada à abundância de patrimônios pessoais e familiares.



## RESULTADOS GERAIS

5

Neste contexto, o 'inimigo' é o Estado:

- Para os entrevistados, o principal confronto existente na sociedade não é entre ricos e pobres, entre capital e trabalho, entre corporações e trabalhadores. O grande confronto se dá entre Estado e cidadãos, entre a sociedade e seus governantes.
- Todos são 'vítimas' do Estado que cobra impostos excessivos, impõe entraves burocráticos, gerencia mal o crescimento econômico e acaba por limitar ou "sufocar" a atividade das empresas.

EU PAGO IMPOSTOS

TENHO DIREITO DE COBRAR

Relação clientelista: aplicam sentido de gestão privada de eficácia.



O ESTADO NÃO CUMPRE SEU PAPEL: SÓ DEMANDA DOS CIDADÃOS (IMPOSTOS) E NÃO DEVOLVE EM SERVIÇOS DE QUALIDADE. É INEFICAZ!



## RESULTADOS GERAIS

COMO, ENTÃO, AS PESSOAS  
ORIENTAM SEUS VALORES?

## RESULTADOS GERAIS

1

Há forte desejo por visibilidade e valorização pessoal, querem ter um 'lugar no mundo':

- Querem ter sua singularidade e valores reconhecidos dentro da competitividade capitalista, mostrando que, apesar das limitações impostas pela condição social, também são capazes.
- Rejeitam homogeneizações, não querem ser tratados como "massa amorfa" incapaz: "os pobres".
- Organizam sua vida (trabalho, família, religião) com a motivação de 'serem alguém'.



NÃO NEGAM A IMPORTÂNCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS E GARANTIA DE ACESSO A OPORTUNIDADES, MAS REJEITAM AQUELAS POLÍTICAS QUE APARENTAM "DUVIDAR" DAS CAPACIDADES INDIVIDUAIS, COMO AS COTAS.

# RESULTADOS GERAIS

2

## A 'ascensão social' é importante no processo de diferenciação:

A ascensão, neste contexto, é diferenciação dos de baixo (dos ainda mais pobres/ daqueles que trazem a recordação de um passado menos abastado) e reprodução dos de cima (quem aspiram ser; aonde querem chegar). Todos trabalham para 'chegar lá' e se distanciar do que consideram 'pobre'.

3

## No caminho para a ascensão é preciso estabilidade:

Riscos de rupturas, de caos, ameaças incomodam e tendem a ser rejeitadas.



## RESULTADOS GERAIS

4

### A supervalorização do mérito encontra seu lugar:

- Para ser alguém na vida são necessários trabalho e esforço.
- Embora saibam que as oportunidades não são as mesmas para todos e que é preciso democratizá-las, apresentam discurso consistente de que não existem barreiras intransponíveis – 'com esforço tudo é superado'.
- Esse pensamento tem ressonância especialmente entre os mais jovens cuja percepção de 'limites' de ascensão são ainda mais largos que dos mais velhos.



NESSE SENTIDO, OS REFERENCIAIS DE FIGURAS PÚBLICAS DE SUCESSO MAIS LEMBRADOS FORAM: LULA, SILVIO SANTOS E JOÃO DÓRIA JR. PERCEBIDOS COMO PESSOAS QUE 'VIERAM DE BAIXO' E CRESCERAM POR MÉRITO PRÓPRIO.



## RESULTADOS GERAIS

A IDEOLOGIA DO MÉRITO  
COMBINA COM...

# RESULTADOS GERAIS

1

**Consumo:** O capitalismo tenta desprover o cidadão de todos os elementos que constituem a identidade (cultura, identidade de classe). O consumo torna-se um meio importante de constituição da identidade e materialização da ascensão.

2

**Religião:** de fato, a máxima 'Deus ajuda quem cedo madruga, quem se esforça mais' parece fazer sentido; Deus ajuda mais quem corre atrás, vai atrás dos sonhos, quem trabalha, quem se esforça

3

**Sobrevalorização do mercado em detrimento do Estado:** Há pouca valorização do público, tanto que quando podem acessar, querem colocar filho na escola particular ou pagar convênio médico. A política pública, em alguns casos, pode ser lida como uma desvalorização individual (p. ex., cotas). Os ideais comunitários e coletivistas praticamente não aparecem nas narrativas e, quando aparecem, restringem-se à dimensão da família, da vizinhança e da igreja.

4

**Empreendedorismo:** Muitos desejam ser empreendedores e utilizam como justificativa as ideias de não ter mais patrão, ter mais flexibilidade para gerir o próprio tempo, poder abrir o próprio negócio para trabalhar perto de casa, além da possibilidade de deixar patrimônio e herança para a família.



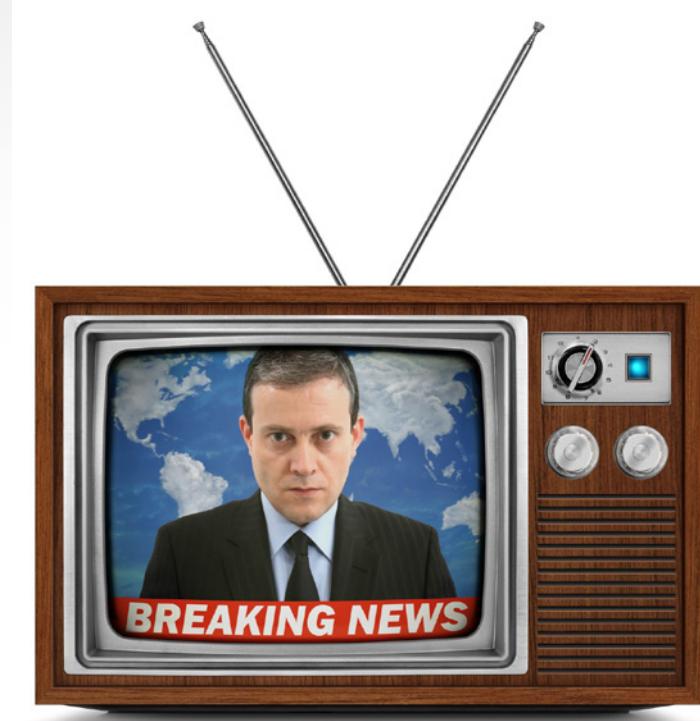
**“Você tem que ter fé e tem que fazer um esforço para alcançar. [...] Pedi pra Deus me ajudar bastante e graças a ele, está aí [o carro]. Se você não tem o esforço e não se ajuda, Deus não vai te ajudar, não vai cair do céu”**

*(Gênero masculino, 30 anos, branco – faixa de renda 2)*

## RESULTADOS GERAIS

**Vale destacar que o discurso só encontra ressonância onde há sentimento de 'vazio' de políticas:**

- Embora a mídia tradicional ainda paute os temas que geram mais atenção da população e tente disputar os sentidos da experiência vivida em relação às políticas públicas, ela consegue ser exitosa em reproduzir sua visão de mundo especialmente onde existe um sentimento de "vazio" de políticas públicas na experiência da vida prática e cotidiana.
- Em outras palavras, quando as pessoas acessam determinadas políticas de forma efetiva e satisfatória em relação a expectativas e necessidades, como por exemplo os CEU's no caso da gestão Marta Suplicy, elas tendem a fazer avaliações independentes e não permeáveis aos valores e discursos construídos pela imprensa tradicional.





F U N D A Ç Ã O  
Perseu Abramo  
Partido dos Trabalhadores

# EIXO TEMÁTICO I: CONSUMO E FAÇA POR SI MESMO

# CONSUMO E FAÇA POR SI MESMO

1

A noção de empreendedorismo é muito presente em todas as narrativas, mas aparece com um duplo significado:

- Como sinônimo de empresário ('ser empreendedor é ser patrão') e como produzir algo de forma autônoma.
- Nesse sentido, muitos daqueles que são trabalhadores do mercado informal ou trabalhadores por conta própria se auto-definem como empreendedores. É o 'Faça por si Mesmo'



EM AMBOS OS CASOS, O EMPREENDEDORISMO É MUITO VALORIZADO: ESTÁ ASSOCIADO A HISTÓRIAS DE ASCENSÃO SOCIAL BEM-SUCEDIDAS E TAMBÉM REMETE À LIBERDADE DE SER 'DONO DO SEU PRÓPRIO NARIZ' E NÃO DEVER SATISFAÇÕES A NINGUÉM!

# CONSUMO E FAÇA POR SI MESMO

2

## Há solidariedade com os empresários:

Muitos assumem o discurso propagado pela elite e pelas classes médias apontando a burocracia e os altos impostos como empecilhos para o empreendedorismo.

3

## O empreendedorismo aparece como aspiração, mas ainda é uma realidade distante:

Entrevistados consideram a ideia de tornarem-se empreendedores, citando inclusive negócios próprios que já pensaram em abrir, consideram essa uma realidade ainda distante: seja por falta de capital suficiente ou por não enxergarem como uma possibilidade real para sua classe social. Além disso, chamam a atenção para os riscos de se tornar empresário.

## **CONSUMO E FAÇA POR SI MESMO**

**Como muitos entrevistados vivem experiências precárias de trabalho e remuneração, o contrato com carteira assinada ainda é valorizado, em função da segurança que traz: rendimentos fixos, direitos trabalhistas e uma série de benefícios e direitos considerados importantíssimos para todos**



**Benefícios e direitos citados: aposentadoria, férias remuneradas, décimo terceiro, fundo de garantia e, em alguns casos, até plano de saúde privado.**



**Necessidades práticas e materiais se sobrepõem à ideologia dominante.**



**“O que eu penso mais em ser empreendedor é a condição financeira, né? Pode te dar uma condição de vida melhor. Por exemplo, pegar uma franquia da Cacau Show, eu cheguei a ir em um evento da Cacau Show só pra conhecer..”**

(Gênero masculino, branco, 45 anos – faixa de renda 2)

**“Eu queria um negócio de vender batata frita, a casa da batata frita... Eu gostaria de começar por aí, não trabalhar pros outros, mas pra mim mesma!”**

(Gênero feminino, branca, 46 – faixa de renda 2)

**“A gente pensa assim: sou um cara ambicioso, estou com a faca e o queijo na mão, no caso esse empreendimento ai tem tudo para dar certo, por que não tentar?”**

(Gênero masculino, negro, 30 anos – faixa de renda 2)

# **CONSUMO E FAÇA POR SI MESMO**

## **EM RELAÇÃO CONSUMO**

### **1. Consumo é sinal de distinção e materializa a ascensão:**

- O acesso mais recente, após os governos Lula, a bens de consumo é lembrado, especialmente pelos mais velhos como prova de melhoria de vida em comparação à infância e à juventude. Demonstra que o país mudou, mas também que sua família soube prosperar. Valorizam muito a possibilidade de oferecer os melhores alimentos e maior conforto para seus filhos do que receberam de seus pais.
- Entre os mais novos, há uma relação mais forte com consumo mais supérfluo de itens pessoais que os tornem distintos socialmente.



HÁ UM CRIVO ETÁRIO NA RELAÇÃO COM O CONSUMO: ENQUANTO OS MAIS VELHOS COMPRAM MAIS PARA ATENDER NECESSIDADES BÁSICAS E PARA A FAMÍLIA (ELETRODOMÉSTICOS, POR EXEMPLO), OS MAIS JOVENS BUSCAM MAIS POR MARCAS DE ITENS PESSOAIS, QUE OS DISTINGAM.

## **CONSUMO E FAÇA POR SI MESMO**

**2. Embora o consumo seja uma dimensão presente e valorizada, o consumismo não ocupa posição central na vida dos entrevistados:**

- O dinheiro é escasso e, portanto, é preciso traçar prioridades.
- Desejam conquistar, antes de tudo, bens mais duráveis e que possam ser transmitidos por gerações, como a casa própria. Ou então, investir na educação, sua ou dos filhos, para garantir maior estabilidade e possibilidade de crescimento.
- Entre os mais velhos, o consumismo é visto, inclusive, como uma irresponsabilidade: a mesma ética do mérito que move a dimensão da sociabilidade e do trabalho, em muitas circunstâncias, faz com que o consumo ostentação - muitas vezes ligado ao funk - seja visto com maus olhos e sinal de irresponsabilidade.





FUNDAÇÃO  
Perseu Abramo  
Partido dos Trabalhadores

## EIXO TEMÁTICO II: FAMÍLIA, ESCOLA E TERRITÓRIO

## FAMÍLIA

**A família é o grande alicerce e solução para os problemas individuais e coletivos:**

- A família, para os entrevistados, é considerada a base da vida: utilizam expressões superlativas como 'é tudo, é o que faz valer a pena', 'é o porto seguro, o que mantem a gente na linha'. Ou seja, é o que possibilita que sejam pessoas corretas e que tracem caminhos sem desvios.
- E é também o antídoto para a crise moral da sociedade: é necessária para a construção de uma sociedade mais correta, sem violência, sem corrupção, mais desenvolvida, com pessoas de caráter, honestas. Há compreensão de que o fracasso de uma sociedade é resultado da presença excessiva de famílias desestruturadas.



**VISÃO LIBERAL: A CRISE ÉTICA DA SOCIEDADE NÃO É UM PROBLEMA ESTRUTURAL, MAS DE ORDEM INDIVIDUAL QUE SE RESOLVERÁ PELA EDUCAÇÃO NO ÂMBITO PRIVADO (FAMILIAR).**



**“A família é base de tudo, né? Família é base de tudo!  
A família é alicerce para você ser alguém na vida! ”**  
(Gênero masculino, 27 anos, negro – faixa de renda 3)

**“Na sociedade, (a família) não está sendo muito importante, né? As pessoas não estão valorizando mais a família como deve ser valorizada (...) Falta de respeito, falta de humanidade... As pessoas pensam mais em si, elas são muito individuais, né?”**

(Gênero feminino, 41 anos, negra – faixa de renda 2)

# TERRITÓRIO

1

É a partir do espaço que vivem e as relações que nele estabelecem que se constitui o sentido de pertencimento: o sentido de comunidade para os moradores das periferias de SP se associa ao território, como espaço de pertencimento e de onde não têm perspectiva de sair. Se reconhecem e estão enraizados afetivamente ao bairro, onde convivem com família, amigos, vizinhança. O território compõe sua história de vida e lhes confere sentido de pertencimento. É comum se identificarem como "sou da ZL, do Jd. Angela", por ex. (menção ao bairro ou região onde vivem).

2

Esta relação com o território apresenta uma separação etária: quando questionados sobre mudar de bairro num contexto de ascensão social, os mais velhos cogitam a possibilidade de mudar de rua - 'mudaria ali pra rua de cima que é mais perto do ponto de ônibus' - enquanto os mais jovens transpõem estes limites e pensam em mudanças para bairros mais estruturados e centrais.



COMO DE COSTUME, A PERSPECTIVA DE ASCENSÃO ENCONTRA MENOS LIMITES ENTRE OS MAIS JOVENS. ASSIM COMO NA RELAÇÃO COM O TERRITÓRIO, A ASPIRAÇÃO POR DISTINÇÃO E ASCENSÃO ESTÁ LATENTE EM TODOS OS TEMAS.

3

Ainda que não demonstrem interesse em sair do bairro, relatam inúmeros problemas da região onde vivem:

- Pontos citados vão desde presença de bailes funks próximos a sua casa, 'biqueiras', falta de zeladoria urbana, serviços públicos de má qualidade e, principalmente, escassez de possibilidades de lazer – há poucas praças e parques públicos próximos, assim como outras possibilidades públicas e gratuitas. Quando existem, há ainda reclamações quanto à falta de cuidado, a presença de usuários de drogas etc.
- Neste contexto, shopping e igreja se tornam os principais espaços de sociabilização: shopping, que concentra diversas opções de lazer (cinema, compras, praça de alimentação, etc); e igreja como espaço de convivência, com grupos de jovens, de mulheres, de leitura da bíblia, festas e atividades específicas.



**Distorção da noção de “público”:** é menos associada àquilo que pertence a todos e mais com o que é gratuito e de má qualidade

## ESCOLA

Dentro da lógica de supervalorização do mérito, a escola desempenha um papel fundamental:

- 1. Escola é ferramenta para mobilidade social:** é a chave de acesso para ser 'alguém na vida', é o primeiro passo numa trajetória linear: se tem acesso ao estudo, vai bem na escola e consegue um diploma, logo, conquistará um bom emprego, poderá acessar o consumo e terá um 'lugar no mundo'.
- 2. Acreditam que quanto maior a escolaridade melhor é o emprego:** por isso, maioria demonstra vontade de voltar a estudar, fazer cursos técnicos, faculdade. Esse desejo é mais forte entre os entrevistados de meia idade (faixa dos 24 a 44 anos).
- 3. Entretanto, sabem que as condições materiais e de ensino eram e são limitadoras:** maioria dos entrevistados estudou em escola pública e teve que, a partir da adolescência, conciliar estudo e trabalho. As condições para frequentar a escola e ser bom aluno eram adversas: falta de dinheiro, tempo, transporte ruim etc. Esses fatores, somado à priorização do estudo dos filhos para quem é pai/mãe, também limitam o prosseguimento dos estudos hoje.

## ESCOLA

- 4.** Apresentam avaliação crítica em relação ao modelo de escola: falta professor, é pouco atrativa aos jovens, não motiva, é mecânica, professores não se preocupam com as dificuldades. Principalmente, os mais novos, são muito críticos e alegam que a escola é muito 'fechadinha'.
- 5.** Entendem a escola particular como melhor: grande maioria almeja colocar os filhos em escola particular – demonstrando, mais uma vez, uma descrença na "coisa público"

Apesar de saberem do 'peso do diploma' para alcançar boas colocações no mercado de trabalho e saberem de todas as limitações que enfrentaram para concluir os estudos, são autocriticos e, muitas vezes, atribuem o não sucesso à falta de esforço pessoal e baixo rendimento escolar.



### SOBREVALORIZAÇÃO DO MÉRITO

**“Têm algumas pessoas que eu conheço que, por exemplo, queriam fazer faculdade, mas o máximo que conseguiram foi um curso técnico, e aí tipo elas se arrependem por não terem tentado, corrido atrás.”**

(Genêro feminino, 17 anos, Branca – faixa de renda 1)



**“O ensino é bem melhor na particular. Meu neto estudava numa escola particular, só que ele saiu porque não tinha condições mais de pagar, mas se ele tivesse lá ainda, ele já estaria lendo (...) tem muita diferença do ensinamento (...) Porque eu acho que você está pagando você pode exigir e em escola pública você vai exigir de quem? Não pode exigir!**

*(Gênero feminino, 41 anos, negra – faixa de renda 2)*



F U N D A Ç Ã O  
Perseu Abramo  
Partido dos Trabalhadores

# EIXO TEMÁTICO III: RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO

A assiduidade de ida às celebrações religiosas ou a fidelidade a uma determinada Igreja/religião varia muito na amostra. Houve relatos, inclusive, de idas muito esporádicas às missas/cultos etc. Entretanto, independente dessas variáveis, a religiosidade está presente no discurso de todos e **a religião, junto com a família, é considerada central na vida dos entrevistados!**

**“Mil por cento! Se você não tiver essas duas coisas (Deus e Família) conciliadas, ao mesmo tempo, não dá muito certo não. Vai meio que ‘balangando’. Você entendeu? Você tem que ter essa estrutura, essa fé. É o que te anima, cara, pra você enfrentar o dia a dia, os problemas do cotidiano.”**

(Gênero masculino, 50 anos, negro – faixa de renda 3)

**“Tudo aquilo o que você me perguntou antes de família, lá na igreja é a verdadeira família: aquela te liga, que chega no domingo senta no chão almoça, janta, que fala dos problemas. Que se você estiver passando por um problema, uma situação difícil, ele vai, não meu irmão, a gente vai te ajudar. Vamos vê o que a gente faz, a gente vai te ajudar, se você estiver precisando de uma cesta básica todo mundo corre. Cada um traz um açúcar, um café, um exemplo, é isso, para mim família é isso é a religião”**

(Gênero masculino, 41 anos, branco - faixa de renda 2)

# RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO

A religião cumpre três funções fundamentais:

1

**Fornece principal espaço de sociabilidade, que dá sentido de comunidade, de pertencimento e acolhimento, constituindo uma rede de apoio e solidariedade:** destaca-se aqui a importância comunitária da religião na periferia. A carência de equipamentos gratuitos de lazer na periferia faz com que a programação das igrejas sirva como atraente para o tempo livre de nossos entrevistados.

2

**Dá orientação moral:** dá estabilidade, uma conduta de vida racional, disciplinada e afastada da criminalidade.

3

**Funciona como “selo de honestidade e idoneidade”:** demonstra para os outros que você tem bons valores, que escolheu o caminho correto. Em bairros violentos, por exemplo, estar com a bíblia embaixo do braço os assegura crédito de confiança para a comunidade e para o poder público (polícia).



**“Te faz sempre ficar no caminho correto, não desviar do caminho as coisas tá difíceis se você não tiver Deus as coisas ficam mais difíceis ainda. Então, Deus sempre!”**

(Gênero masculino, 32 anos, negro – faixa de renda 2)

**“Ia muito com minha avó, frequentava a pastoral da criança... tinha pintura, bingo, tinha festinhas... Eu ia muito!”**

(Gênero feminino, 19 anos, negra – faixa de renda 2)

## **RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO**

**DO PONTO DE VISTA DOS VALORES, NÃO APARECEM DIFERENÇAS RELEVANTES ENTRE OS CRISTÃOS. DA MESMA FORMA, POUcos SÃO OS QUE DEMONSTRAM PERCEBER DIFERENÇAS MARCANTES ENTRE AS RELIGIÕES...**

# RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO

## 1. Apresentam uma prática menos 'conservadora' do que discurso associado às igrejas:

- Entrevistados religiosos têm a dimensão do pecado e do que 'é certo e errado', mas apresentam certo nível de tolerância para com o que consideram desvios.
- Diferente do que supõe o senso comum, surgem vozes em defesa da autonomia das mulheres, em defesa do respeito às várias identidades e orientações sexuais, entre outros. Jovens apresentam tendências ainda mais liberais que os mais velhos.



OS DISCURSOS RELIGIOSOS NÃO SÃO ABSORVIDOS EM BLOCOS MONOLÍTICOS E RÍGIDOS, HAVENDO ESPAÇOS DE PERMEABILIDADE A OUTRAS VISÕES E NARRATIVAS EM CIRCULAÇÃO NA SOCIEDADE.

## RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO

**2.** As diferenças entre as religiões não são fundamentais. Rotatividade entre as igrejas é alta: entrevistados admitem migrar de Igreja sem constrangimento, demonstrando que há, de fato, relevância maior do papel organizativo das Igrejas em detrimento do conteúdo. Os entrevistados procuram sempre por espaços em que se sintam bem, acolhidos e confortáveis.

**“Ah, eu frequentava... Pra mim não tinha esse negócio de religião. Eu gostava de ir bastante na igreja, então eu já frequentei batista, adventista, evangélica...”**

(Gênero masculino, 27 anos, negro – faixa de renda 3)

## RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO

### 3. Maior adesão ao neopentecostalismo tem relação com elementos organizacionais:

- Nas igrejas neopentecostais se estabelecem relações mais próximas, menos mediadas. Todos acreditam que a conexão com Deus se faz de forma direta, íntima, individual e personalizada. A neopentecostais oferecem um ambiente de conhecimento e reflexão que favorece esta conexão.
- Além disso, estas igrejas possuem uma rede de pastores e obreiros que tentam se colocar próximos e disponíveis para dar apoio aos fiéis e, com isso, adentram a casa e a vida das pessoas. Relatos dos católicos desenham uma igreja mais impersonal, menos íntima com menos conexão com a comunidade.

***“Fico mais tranquila, porque a pastora me ajuda a vigiar o facebook da minha filha.”***

*(Gênero feminino, 32 anos, branca, faixa de renda 1)*

# RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO

## Na racionalização abstrata, vinculação entre Política e Religião é mal vista!

- Maioria se opõe à ideia de um líder religioso se candidatar a cargos políticos, assim como à discursos de políticos em espaços religiosos;
- Inclusive citam pouquíssimo a política enquanto um dos assuntos tratados nas celebrações. Dizem que os líderes religiosos dão conselhos para a vida, falam assuntos ligados ao cotidiano, à família, ao equilíbrio, à orientação moral;
- No entanto, posicionamento crítico em relação à ligação de Política e Religião se dá menos por um princípio de 'laicidade' do Estado, mas mais pelo medo de que a política "suje/contamine" os espaços religiosos: tratam com desconfiança quem se envolve com a política, como se fosse impossível estar nesse campo sem se render e participar da corrupção;
- Por outro lado, alguns tendem a aprovar essa "mistura" pois homens religiosos poderiam moralizar os espaços políticos.

## RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO

**Entretanto, quando questionados a partir de situações concretas, a vinculação entre política e religião fica menos questionável.**

- Maioria não apresentaria resistência contundente em votar em políticos que o líder religioso indicasse ou em políticos que frequentam o mesmo espaço religioso que eles.
- Mas, não parece ser na essência um voto conservador: o voto religioso aparenta se orientar mais por uma relação de proximidade do que por um sentido/motivação ideológica conservadora. O voto é para uma pessoa que está ali, compartilhando, que está próximo, que tem algo em comum, alguma identidade. E, portanto, os neopetencostais ganham destaque pois proporcionam uma relação mais direta com a religião/menos mediada.



**“Acho que não tinha que se misturar. O político rouba muito, líder da igreja eles vão acabar pecando lá, roubando... a política tem muita sujeira assim.**

(Gênero feminino, negra, 21 anos – faixa de renda 2)

**“Votei em alguns pastores, [porque] eu acho que eles não roubariam**

(Gênero feminino, branca, 36 anos – faixa de renda 1)

## RELIGIÃO E OS LIMITES DO ESTADO LAICO

Ainda sobre a religião, é importante destacar:

- 1.** Não apareceu, em nenhum perfil religioso, comportamentos completamente 'acríticos': todos apresentam criticidade em relação à fé cega e não levam a ferro e fogo a palavra do líder religioso, mas admitem que conhecem gente que se enganou com a monetarização da fé.
- 2.** A principal desconfiança aparece em relação a pedidos de dízimo e contribuição financeira muito 'descarados': funcionam inclusive como parâmetro para distinguir entre igrejas mais ou menos sérias dentro do universo neopentecostal.



Os religiosos apresentam um "caldo cultural ideológico" muito diverso. Há multiplicidade de visões, posições e posturas críticas em relação à religião e permeabilidade a outras narrativas em circulação na sociedade.



Ser adepto de uma religião não necessariamente se reverte na adesão plena a um conjunto específico de valores conservadores religiosos que irão, automaticamente, orientar ou se fazer refletir nas escolhas eleitorais



**“ Se eu der o dízimo, é um dinheiro que eu gasto no mercado, velho. Eu não vou dar o dízimo, eu vou dar um pouquinho que não vai me fazer falta. Mas também não vou dar pra igreja e comer ovo o mês inteiro. Entendeu? Eu dou a minha parte, eu dou a minha fé, mas não vem mandar eu dar 10% não. 10 % é muita coisa”**

*(Gênero feminino, branca, 36 anos – faixa de renda 2)*



F U N D A Ç Ã O  
Perseu Abramo  
Partido dos Trabalhadores

## EIXO TEMÁTICO IV: PERCEPÇÕES POLÍTICO INSTITUCIONAIS

## PERCEPÇÕES POLÍTICO-INSTITUCIONAIS

**A política como ferramenta de mudança social está em processo de descrédito, chegando, em alguns casos, a ser até criminalizada:**

- A política institucional é 'suja', 'cheia de gente mau caráter!'
- Os políticos são vistos como simples usurpadores, que não cumprem com seus deveres em relação às necessidades dos cidadãos e, ainda, buscam somente vantagens pessoais.
- Nesse sentido, a corrupção é indicada, de forma quase unânime, como sendo o principal problema do Brasil na atualidade, já que além de ser um mal em si, é também causa dos demais problemas existentes no país: desemprego, violência, péssima qualidade dos serviços públicos.



**“Tem que jogar tudo no lixo e fazer tudo de novo, porque está tudo contaminado, tudo estragado!”**

(Gênero feminino, 30 anos,  
branca – faixa de renda 2)

# PERCEPÇÕES POLÍTICO-INSTITUCIONAIS

**A política é suja e gera revolta e desconforto falar sobre ela, porém, todos sabem que ela influencia em suas vidas, para o bem ou para o mal:**

- Justamente por dependerem do acesso a serviços públicos em seus cotidianos (transporte, escola, saúde, benefícios, programas e políticas sociais), maioria sabe que os governos, as decisões políticas e as políticas públicas influenciam em suas vidas.
- Decisões erradas e gestões ruins podem gerar impactos muito negativos em suas vidas: inflação, aumento de preço etc...
- Há quem cite como influência da política em suas vidas, apenas a alta cobrança de impostos.





**PERCEPÇÕES POLÍTICO-INSTITUCIONAIS**

# **DESMORALIZAÇÃO DA POLÍTICA**

# PERCEPÇÕES POLÍTICO-INSTITUCIONAIS

A solução passa por processos de:

1

**Moralização** - Via tomada dos espaços por gente de caráter, boa, comprometida. A maioria entende que o ideal seria ter um partido único, composto pela reunião dos melhores e mais idôneos políticos das várias legendas e que funcionaria como "organização suprapartidária" - o que eliminaria brigas de poder e garantiria união em torno da meta de trabalhar pelo bem-estar da população - já que não há diferenciação ideológica; já que não há conflito de classes. 'Só precisa de gente do bem a fim de trabalhar'.

2

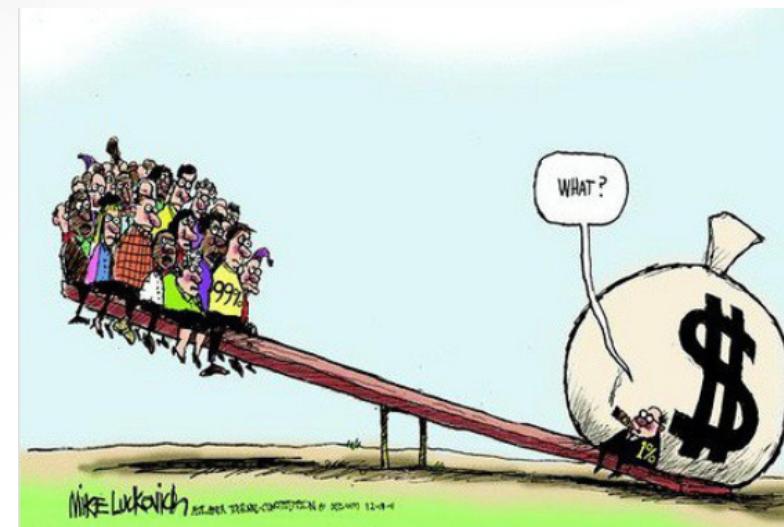
**Aplicação da eficiência do mercado ao Estado:** Como tônica mais geral, a amostra parece desejar uma atuação mais integrada entre poder público e iniciativa privada em favor da coletividade – o que talvez abra portas para que discursos sobre parcerias e terceirizações soem mais atraentes.



## PERCEPÇÕES POLÍTICO-INSTITUCIONAIS

**Embora se conceda maior credibilidade ao mercado, não anula uma certa demanda pela presença do Estado como instituição auxiliar para a garantia de igualdade de oportunidades:**

- Alguns 'direitos' já estão cristalizados e não são negociáveis: o Estado é fundamental para reduzir desigualdades e garantir serviços básicos, como saúde e educação.
- Políticas feitas pelo PT, Bolsa Família, em especial Prouni e Fies, são valorizadas e consideradas necessárias. No entanto, são vistas como insuficientes frente ao déficit na Educação; e falhas existentes, pois podem beneficiar quem não precisa – precisa de mais fiscalização para conter 'injustiças' (principalmente no caso do BF).



## PERCEPÇÕES POLÍTICO-INSTITUCIONAIS



Há menos a presença de um neoliberalismo enraizado ou de um conservadorismo no sentido estrito e mais de um liberalismo particular das classes populares, que precisa ser melhor compreendido



Tem a igualdade de oportunidades como ponto de partida e a defesa do mérito como linha de chegada.

Trata o mercado como instituição mais crível que o Estado, a esfera privada mais relevante que a pública e cultiva mais o individualismo do que a solidariedade. Tem como valores prioritários o sucesso, a concorrência, o utilitarismo e mercantilização da vida.

Porém, reconhece a importância de um Estado eficaz em reverter impostos em serviços de qualidade e em reduzir desigualdades.



**“Eu acho que um primeiro passo, de repente é você usar o dinheiro do imposto, o dinheiro que o cidadão paga, para efetivamente você investir no país [...] Eu acho que algumas coisas você precisa ter um tipo de imposto alto e pra outras nem tanto, mas independente se é o valor alto ou baixo esse valor tem que ser devolvido à sociedade.”**

Gênero masculino, 30 anos, branco – faixa de renda 2)

## PERCEPÇÕES POLÍTICO-INSTITUCIONAIS

**Do mesmo modo que ocorre em outros temas, as percepções sobre as funções e responsabilidades dos partidos políticos no nosso sistema partidário também não são claras para a maioria:**

- Maioria entende que os partidos políticos servem para lançar candidatos e governar o país, mas poucos citam a luta por ideais em comum ou a construção de um projeto político com afinidade ideológica.
- As nuances de posicionamentos entre eles não são explícitas e muitas vezes declarem que não há diferenças.





F U N D A Ç Ã O  
Perseu Abramo  
Partido dos Trabalhadores

# CONCLUSÕES

## CONCLUSÕES

- No imaginário da população não há luta de classes; o 'inimigo' é, em grande medida, o próprio Estado ineficaz e incompetente, abre-se espaço para o 'liberalismo popular' com demanda de menos Estado.
- A dimensão da vida pública é muito rarefeita e quase sempre a noção de "público" é tratada como sinônimo daquilo que é "de graça". Nesse sentido, a própria relação com a esfera pública está mediada por interpretações mercantis.
- Em muitos casos, a visão de mundo é formada se espelhando não entre aqueles que pertencem ao mesmo grupo, mas entre aqueles que pertencem ao grupo onde esses indivíduos almejam chegar, é fundamental observar os desejos e as expectativas futuras dessas pessoas.

## CONCLUSÕES

- A ascensão social está relacionada à coragem, ousadia e disciplina e é tratada como um resultado individual derivado da força de vontade. Muitas vezes isso significa estabelecer um sentimento de solidariedade mais estreito com os próprios empregadores do que com aqueles que partilham a mesma condição de classe. Nesse sentido, a resiliência, mais do que a resistência é um valor positivo.
- A lógica mercantil está presente mesmo na interpretação dos direitos trabalhistas e benefícios sociais. As pessoas confiam mais nos programas que ofertam imediatamente recursos financeiros (Bolsa Família/Passe Livre) do que nas leis que orientam direitos.
- Há uma busca por identificação com histórias de superação e sucesso, é nessa medida que figuras tão díspares como Lula, Silvio Santos e João Dória Jr. aparecem como exemplos. Em muitas circunstâncias a figura de Lula é admirada menos pelas políticas que o governo dele implementou, ainda que essa seja uma dimensão importante, e mais porque ele próprio é um bom exemplo de ascensão social.

## CONCLUSÕES

- Na trajetória e no desejo de ascensão os “estudos” e não necessariamente a educação aparece como um elemento fundamental; de forma análoga a igreja aparece menos na sua dimensão teológica e mais como instituição de apoio para minimizar ou evitar o risco de seguir pelo caminho errado da desocupação e da criminalidade.
- Voto religioso não é, estritamente, um voto conservador. Os valores religiosos neopentecostais podem se relacionar com elementos fundamentais organizativos da vida do trabalhador (meritocracia, teologia da prosperidade, etc), mas não são determinantes. Apresentam-se mais como identidade eletiva.
- O “sucesso” neopentecostal se daria mais por questões organizacionais, seu papel acolhedor e de sociabilidade na comunidade do que por questões de conteúdo ideológico. Política também é vínculo, acolhimento e identidade – as igrejas nas periferias proporcionam isso.

## CONCLUSÕES

- Atenção para o discurso que nega o 'mérito' ele é importante na construção da identidade. A dimensão da vida privada é central para a constituição da subjetividade do indivíduo. O campo democrático-popular precisa produzir narrativas contra-hegemônicas mais consistentes e menos maniqueístas ou pejorativas sobre as noções de indivíduo, família, religião e segurança.
- Novas pesquisas: investigar mais o papel da religião e explorar mais a diferença sobre elas.
- Este cenário de descrédito da política, compreensão do Estado como máquina ineficaz somada à valorização da lógica de mercado e a ideologia do mérito abrem espaços para candidatos e projetos como o do João Dória 'um não político, gestor trabalhador que ascendeu e, por isso, não vai roubar'
- MAS... entrevistados seguem acreditando em saídas democráticas, falam em fortalecimento dos processos de transparência e participação. No processo de formação de opinião, as condições materiais de vida e do cotidiano são preponderantes.