

Pela primeira vez, classe C tem a maior parte da renda no país

(Não Assinado)

91 milhões de brasileiros correspondem a 46% da renda; em 2003, tinham 37%

Distribuição. 91 milhões de brasileiros detêm 46% da renda

Classe compreende os lares que ganham entre R\$ 1.115 e R\$ 4.807 por mês Brasília e Recife. Pela primeira vez na história, a classe C, cujos lares recebem entre R\$ 1.115 e R\$ 4.807 por mês, passou a representar a maior fatia da renda nacional, segundo dados recém-agregados pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Correspondem agora a 46% do total de rendimentos das pessoas físicas, contra 44% do topo da pirâmide (AB). Este exército de 91 milhões de brasileiros está tornando anacrônico o conceito atual de classe média - baseado em padrões de consumo e culturais - e métodos básicos de produção e publicidade estão sendo revistos.

Entre 2003 - quando a classe C respondia por 37% da renda nacional (salários, benefícios sociais e previdenciários, juros e aluguel) - e 2008, 26,9 milhões chegaram a este grupo. Se a década de 1990 foi marcada pela estabilidade e a educação, o aumento da renda que marcou os anos 2000 permitiu ao consumidor não só comprar, mas escolher o produto com que mais se identifica.

As grandes empresas têm concentrado ao menos 60% das inovações no novo público.

Mas a mudança não está só nas novas necessidades de quem compra. A própria estrutura da economia está se alterando. O potencial de geração de renda do brasileiro está crescendo mais depressa do que a sua capacidade de consumo.

Flash

Anúncio. Agências de publicidade e grandes empresas estão sendo levadas a expedientes nunca adotados antes para entender quem é agora seu maior mercado e público-alvo - a nova classe média brasileira.

Perfil da nova classe média

Brasília. A nova classe média tem carteira assinada, casa própria ou financiada, estuda em escolas públicas ou particulares, tem previdência social ou privada, computador e celular. Idosos, mulheres, trabalhadores com carteira e nordestinos são exemplos de brasileiros que puxam a transformação.

Segundo a pesquisa, o índice do consumidor aumentou 14,98% entre 2003 e 2008, contra 28,62% do índice do produtor.

