

Clipping

CNTE

Renda dos pobres cresce 72% entre 2001 e 2008

✧ Data: 08/02/2010
✧ Veículo: VERMELHO ONLINE
✧ Editoria:
✧ Assunto principal: OUTROS

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.

Essa migração em massa alterou o rumo da divisão historicamente desigual do bolo no Brasil e proporcionou o surgimento de um grupo com características socioculturais próprias. 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.

O vice-presidente da agência DM9DDB, Alcir Gomes Leite, garante que isso fez os profissionais reverem seus conceitos. O novo público não se preocupa só com preços: - Vai atrás das marcas, tem uma identidade própria, que é diferente da classe média tradicional. As marcas já entenderam isso. Não querem mais saber o que fazer para tornar o cliente fiel. Vão atrás do que têm de fazer para se tornarem fiéis a eles.

Também não adianta anunciar um produto para a "classe" AB achando que o indivíduo da classe C vai querer comprar para "ascender": - Esse conceito de classe média foi para o saco. As grandes empresas têm concentrado ao menos 60% das inovações no novo público, segundo Alcir.

Já o presidente da Associação da Indústria Têxtil (Abit), Aguinaldo Diniz Filho, disse que o setor investiu US\$ 855 milhões em 2009 em designers, marketing e ampliação da produção com foco na nova classe média. O consumo per capita de tecido no país é considerado baixo: 8,2 quilos: - Com mais gente subindo da "classe" D para C e de E para D, podemos acrescentar mais cinco quilos.

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. "O brasileiro pode ser na foto ainda mais cigarra do que formiga, mas estamos sofrendo gradual metamorfose em direção às formigas", diz o chefe do Centro de Políticas Sociais da FGV, Marcelo Néri, em referência à fábula de La Fontaine.

Néri garante que ascensão de pessoas das "classes" D e E à C se deu não apenas pelos programas de ajuda social do governo. Mas porque o brasileiro trabalhou mais, ganhou melhor, se educou, comprou computadores e celulares e poupou mais. Segundo a pesquisa, o índice do consumidor aumentou 14,98% entre 2003 e 2008, contra 28,62% do índice do produtor. O primeiro mede o acesso das famílias a bens de consumo (TV, geladeira, DVD), serviços públicos (lixo, esgoto), condições de moradia (financiamento, número de cômodos e banheiros) e tipo de família.

Já o segundo estima o potencial de geração de renda pela sua inserção produtiva e nível educacional, bem como investimentos em capital físico (previdência pública e privada, uso de tecnologia de informação e comunicação), capital social (sindicatos, estrutura familiar) e capital humano (frequência escolar dos filhos).

Tudo isso são ativos que deram ao trabalhador produtividade 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.

Veja entrevista de Marcelo Neri*, feita por Ivan Marsiglia, no jornal O Estado de S.Paulo