

## Economia e negócios

### Sociedade

# A classe C encolheu

Crise provoca empobrecimento da população que enriquecera desde 2002

A crise financeira internacional, definitivamente o avesso de uma marolinha, mas ainda não um tsunami, tem provocado na classe média reação semelhante à de alguns regimes alimentares no corpo, o efeito sanfona. Em agosto do ano passado um estudo da Fundação Getúlio Vargas (FGV) mostrou que em seis anos mais de 4 milhões de brasileiros tinham ascendido da pobreza à chamada classe C. Em dezembro de 2008 a classe média correspondia a 53,8% do total da população. Deu-se, este ano, o fenômeno da retração, é o que informa novo trabalho da FGV. Até fevereiro a fatia perdeu 1,1 ponto percentual de seu tamanho (leia no quadro ao lado). Em números: cerca de 560 mil moradores das seis principais regiões metropolitanas voltaram para as classes D e E. Parece pouco, ainda é, mas registra-se uma preocupante tendência. "Essa crise é atípica e afeta os mais ricos, já que começou nas bolsas e nos mercados financeiros", afirma Marcelo Neri,

coordenador da pesquisa chamada Crônica da Crise: Resaca e Resiliência Recentes. "Mas ela se generalizou e, a partir de janeiro, chegou ao bolso do brasileiro comum." Para Neri, citado pela *Folha de S. Paulo*, "se o país repetisse o que aconteceu em janeiro durante nove meses seguidos, perderia tudo o que foi conquistado em seis anos".

O crescimento da classe C é uma marca do governo Lula, lembra *O Estado de S. Paulo*. É alimento para campanha eleitoral, sem dúvida, mas também a boia que mantém o Brasil à tona durante a recessão global. É o que explica o alarme com o anúncio da semana passada. "O mercado

interno vem se transformando no principal alicerce da economia brasileira neste duro ano de 2009", anota reportagem especial da revista *Exame*.

Há, por enquanto, resistência dos estratos sociais mais pobres. Há duas razões principais, segundo estudos exclusivos obtidos pela *Exame*. A renda de muitos desses consumidores está ligada ao salário mínimo, que mostra aumentos reais desde 2003. Além disso, a queda da inflação deve fazer com que seu poder de compra cresça ainda mais, explica Leandro Padulla, economista da MCM Consultores. Mesmo assim, existe o medo da falta de dinheiro.

Pesquisa feita pela MCM mostra que os consumidores da classe C já apertam o cinto. Decidiram cortar refeições fora de casa (45% dos entrevistados) e diminuir as ligações por meio de telefone celular (44%). É mudança de comportamento que aponta para um novo tempo, a reversão de uma temporada de saudável bonança.

A GANGORRA SOCIAL		
O sobe-e-desce depois da crise financeira		
Classe	Dezembro de 2008	Fevereiro de 2009
AB	15,3%	14,8%
C	53,8%	52,7%
D	13,2%	13,7%
E	17,7%	18,8%

Fonte: Fundação Getúlio Vargas

### CINTO APERTADO

Onde a classe C pretende cortar - em % dos consumidores

Abastecimento da casa	17
Lazer	25
Compra e manutenção de automóvel	28
Vestuário	30
Eletroeletrônicos	37
Equipamento e ligações com celular	44
Alimentação fora do lar	45

Fonte: MCM/Exame



### OBJETOS DE CONSUMO

Os gastos da classe C em 2008

**21%**

**Estabelecimentos comerciais**  
(supermercado, mercearia, farmácia e outros)

**11%**

**Transporte**  
(coletivo, combustível, pedágio etc.)

**10%**

**Alimentação**  
(padaria, bar, lanchonete, açougue, feira, restaurante)

**8%**

**Entretenimento**  
(passeios, festas, presentes, brinquedos, internet, loteria etc.)

**7%**

**Serviços básicos**  
(luz, telefone, água, gás, condomínio)

**8%**

**Casa**  
(aluguel, IPTU, financiamento, eletrodomésticos, decoração, material de limpeza, utensílios)

**7%**

**Despesas pessoais**  
(vestuário, acessórios, cosméticos, celular, salão)

**5%**

**Educação**  
(escola, curso profissionalizante, ensino superior)

**2%**

**Seguro**  
(domicílio, vida e veículo)

**2%**

**Outros**  
(dívidas, empréstimos, mesada, ajuda a parentes e amigos, animais domésticos)