



Faça sua busca

buscar

Assine

E-mail

SAC

Canais



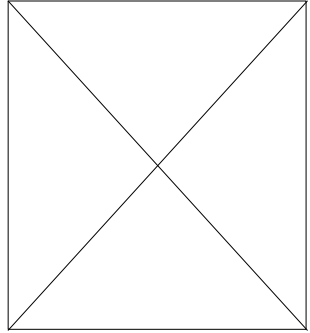
**NET COMBO** POR R\$ **44,90** /MÊS NOS 3 PRIMEIROS MESES

**NET** O MUNDO É DOS NETS. CLIQUE JÁ OU LIGUE 3003-7303

\*Consulte condições de aquisição, características dos serviços e disponibilidade técnica para instalação.

## No Brasil, rico não é rico e pobre não é pobre

**Comportamento:** Pesquisa mostra que maioria da classe A e da classe E se autodefinem como de classe média



**Maria Callas  
Lakme**

## Adriana Mattos, de São Paulo – VALOR

A forma como o brasileiro vê a si mesmo, em termos de posição na pirâmide socioeconômica, condiz pouco com a realidade. Em sua maioria, os ricos no país não acreditam que são realmente ricos. A maior parte dos pobres creem que pertencem, no pior dos cenários, à classe média baixa.

Essas conclusões fazem parte de um estudo inédito de 60 páginas, realizado por um grupo de grandes empresas de consumo e pelas consultorias Accenture e Plano CDE, e obtido com exclusividade pelo Valor. Com uma série de detalhes sobre incoerências na autoanálise do brasileiro, o levantamento será tema de uma mesa-redonda no dia 24, em São Paulo, entre CEOs de companhias como Unilever, Pepsico, grupo Fleury (medicina diagnóstica) e Living Construtora, empresa da Cyrela.

Fica claro no estudo como as imagens criadas se confundem e se distorcem. Um entre cada dois brasileiros ouvidos que pertecem à classe A se autoavalia como consumidor de classe média ou classe emergente. Ainda nesse grupo de endinheirados, 2% cre que é pobre, ou seja, faria parte da classe E – que pelo estudo ganha até R\$ 600 por mês. Os ricos que se

blogdofavre@ig.com.br

- arte Prefeitura SP
- Kassab musica PSDB
- José Serra Lula Tucanos
- crise Marta Suplicy 2010 DEM
- Municipais PT Literatura governo SP
- USA Alckmin investimentos
- Crescimento Bancos pesquisas escrita
- governo Lula Mercados crédito
- Transporte petróleo EUA emprego fotos
- livros impostos Petrobras PIB Juros
- Poemas justiça Dilma Internacional Obama
- Renda inflação poesias Mulheres

consideram classe média alta são 35% da amostra – algo como um em cada três.

Um dado em especial chama a atenção dos consultores. Metade dos entrevistados que efetivamente pertencem à classe C não acredita que faz parte dessa imensa e crescente classe média brasileira. Nesse caso, há uma espécie de diminuição de posto: 9% imagina que é pobre e 37%, classe média baixa. Ainda há 1% que pensa ser rico — mesmo não embolsando mais que R\$ 3 mil ao mês.

Para se chegar a esse resultado, os consultores primeiramente questionaram os entrevistados – foram 1,6 mil pessoas ouvidas – para descobrir em que posição da pirâmide social estavam. Com base na renda familiar, perguntavam em que classe acreditavam pertencer (leia ao lado).

Essa imagem refletida se distorce por razões culturais e comportamentais, afirmam economistas e estudiosos. “Há um aspecto altamente subjetivo que pesa nessa análise”, diz Teutly Correia, líder da Accenture para a área de consumo e manufatura na América Latina

“No caso dos mais abastados, existe um fator aspiracional que pode deturpar a autoanálise”, completa ele. O rico que viaja com frequência e conhece a classe média americana acredita que tem muito menos recursos e bens do que esse americano de alto padrão. “Por isso, o rico brasileiro não acha que é rico”, afirma. É o que os economistas têm chamado, um tanto ironicamente, de “complexo de inferioridade pós-globalização”.

A análise desse grupo já tem sido alvo de debates entre os economistas e estudiosos da área. “Nesse espelho em que o brasileiro de classe alta se olha, ao fundo está escrito ‘made in USA’”, brinca Marcelo Neri, chefe do Centro de Políticas Sociais vinculado ao IBRE/FGV. “Para ele, ter que vender um carro importado e comprar um nacional, por exemplo, é perder padrão de vida”.

É uma forma de pensar exatamente oposta àquela da base da pirâmide. Entre os pobres ouvidos na pesquisa, mais da metade (53%) acredita ser classe média ou média baixa. Ou seja, ele sempre acha que está melhor do que a sua classificação indica. Acesso à estudo tem peso nisso. “Pessoas das classes D e E com fundamental completo têm maior probabilidade de se autodefinirem de classe média baixa”, informa o estudo.

De acordo com especialistas em consumo e renda, esse grupo entende que está mais acima na pirâmide também porque ele se baliza pelo ambiente onde vive. “Se a família possui filhos que conseguem ir à faculdade ou adquire um carro, ainda que em parcelas a perder de vista, ela passa a crer que já é classe média,” diz André Torreta, autor do livro “Mergulho Na Base Da Pirâmide” (editora Saraiva).

“Pode até ser que essa família realmente tenha se tornado classe média por causa dessas conquistas. Mas o que importa sempre é a percepção. Ela vê o vizinho ao lado sem nada disso e acredita que está melhor e subiu de vida”, afirma.

Essas percepções se formaram num período de forte migração de classes. Dados da FGV, com base em números da PNAD/IBGE, mostram que a classe E diminuiu de tamanho, passou de 28% para 15,3% da população entre 2003 e 2008. Nesse mesmo período, a classe C passou de 37,6% para pouco mais de 50% do total de brasileiros em idade ativa – o que equivale a cerca de 80 milhões de pessoas em 2008, com base na PNAD daquele ano. Já entre brasileiros da classe alta, a ampliação do bolo foi mais lenta. Passou de 7,6% do total para 10,6% entre 2003 e 2008.

CATEGORIAS

SITES FAVORITOS

maio 2010  
 abril 2010  
 março 2010  
 fevereiro 2010  
 janeiro 2010  
 dezembro 2009  
 novembro 2009  
 outubro 2009  
 setembro 2009  
 agosto 2009  
 julho 2009  
 junho 2009  
 maio 2009  
 abril 2009  
 março 2009  
 fevereiro 2009  
 janeiro 2009  
 dezembro 2008  
 novembro 2008  
 outubro 2008  
 setembro 2008  
 agosto 2008  
 julho 2008  
 junho 2008  
 maio 2008  
 abril 2008  
 março 2008  
 fevereiro 2008  
 janeiro 2008  
 dezembro 2007  
 novembro 2007  
 outubro 2007  
 setembro 2007  
 agosto 2007  
 julho 2007  
 junho 2007  
 maio 2007  
 abril 2007

### Metodologia

Testar hipóteses que orientam a lógica das classes nas camadas sociais. Com esse objetivo em mente, as consultorias Accenture, Plano CDE e Tendências, ao lado da FGV, decidiram investir num modelo de análise próprio. Com o apoio de empresas da área de consumo, criaram o projeto Emerging Ideas, que planeja avaliar o que se passa pela cabeça do consumidor de classe média.

A primeira parte desse trabalho, que o “Valor” publica hoje, contou com análise quantitativa de dados fornecidos por 1,6 mil entrevistados em duas cidades, São Paulo e Recife. Questionários foram aplicados em consumidores de todas as classes sociais nas ruas das cidades. A divisão de classes em cada município (com base em dados da PNAD/IBGE) se refletiu no conjunto da amostra de entrevistados. Foram ouvidas pessoas de 20 a 65 anos e a amostragem também seguiu a divisão de idade e sexo que há nas cidades.

No relatório, os pesquisadores definiram como consumidores de classe A aqueles que recebem acima de R\$ 6 mil ao mês e os valores decrescem até a classe E, com renda de até R\$ 600. A aplicação dos questionários aconteceu em janeiro e fevereiro de 2010.

Tags: Accenture, Classe media, classes, classes sociais, Marcelo Néri, pesquisas, Plano CDE, pobres, ricos

### DEIXE SEU COMENTÁRIO:

Nome: (requerido)

E-mail: (requerido, não será publicado)

Web Site:

Comentário:

ENVIAR