

# Classe C ganha corpo e muda o conceito de classe média

Faixa da população já corresponde a mais da metade dos brasileiros nas 6 grandes capitais

**Fernando Dantas**

RIO

A emergência da classe C já coloca em xeque o conceito de classe média no Brasil. Tradicionalmente associada à faixa da população com padrões de consumo semelhante aos da classe média dos países ricos, que no Brasil não atinge nem 15% do total, o conceito agora está se expandindo para a classe C, que abrange 42,5% dos brasileiros, segundo o chamado "critério Brasil" - sistema padronizado de estratificação econômica utilizado por empresas e agências de publicidade.

É, de acordo com pesquisa divulgada nesta semana pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), a classe C, definida como a "nova

classe média", com renda familiar total entre R\$ 1.064 e R\$ 4.591, já representa 51,9% da população nas seis principais regiões metropolitanas do País.

"Ainda não se chama muito a classe C de classe média, mas não há dúvida de que ela está na crista da onda, é a menina-dos-olhos das empresas e já está incluída socialmente, o que não é uma característica de classe baixa", diz Isabelle Perelmuter, vice-presidente de planejamento da agência de publicidade Fischer America.

A inserção da classe C na classe média ainda é polêmica. "Eu acho um pouco demais, já que estamos falando de um nível muito básico de consumo", diz Daniel Chalfon, sócio-diretor de mídia da agência de publi-

## FRASES

### Isabelle Perelmuter Fischer America

"Ainda não se chama muito a classe C de classe média, mas não há dúvida de que ela está na crista da onda"

### José Roberto Tambasco Grupo Pão de Açúcar

"Nenhum negócio hoje pára de pé se não estiver olhando a classe C, a não ser que seja voltado a um nicho"

cidade MPM. Ele observa que, pelo "critério Brasil", uma pessoa com ensino médio incompleto, que possua TV, rádio, aspirador, máquina de lavar e geladeira, e more num domicílio com um banheiro já é considerada classe C. "Não precisa ter nem casa própria nem carro", acrescenta Chalfon, citando dois itens emblemáticos do conceito tradicional de classe média.

Para o cientista político Ricardo Ismael, da PUC-Rio, determinar a classe média apenas pela renda e pelo consumo é uma visão reducionista. Ele explica que, na perspectiva clássica, a classe média é composta por pessoas que têm acesso a serviços de saúde, educação e previdência com alta qualidade. "A classe C pode comprar um plano de saúde ou de previdência e mandar os filhos para escola particular?", pergunta Ismael. Ele mesmo responde: "Claro que não". De acordo com o cientista político Alberto Car-

los de Almeida, diretor do instituto Análise, pesquisas indicam que, na cidade de São Paulo, 80% das pessoas se consideram pobres, proporção que inclui grande parte da classe C. "A maioria esmagadora no Brasil se diz pobre, o que é visto como uma posição boa, que dá direitos simbólicos", ele diz.

Mas, independentemente da auto-imagem das pessoas, o dinamismo consumidor que a classe C vem mostrando no Brasil faz com que vários especialistas já vejam nesse segmento um embrião de atitudes e de visão do mundo típicos de classe média. Segundo Paulo Stephan, diretor-geral de mídia da agência de publicidade Talent, o apetite de consumo da classe C "é brutal, imediato - se acertar as condições da oferta que possibilitem o acesso, é maluca a vontade que ela tem de consumir o que a classe média tradicional já consome".

## ESTADO DE ESPÍRITO

Um quase consenso entre profissionais de marketing e publicidade é que a classe C não vai mais às compras apenas olhando para o preço, mas é exigente, discrimina as marcas e é muito sensível aos apelos da qualidade, da tecnologia e até do status. Stephan menciona um cliente da agência, fabricante de papel higiênico, que "acertou o preço" do produto de folha dupla de tal forma a torná-lo acessível à classe C. "Agora, a demanda cresceu tanto que eles não conseguem suprir."

Isabelle, da Fischer America, observa que a penetração da internet tem aumentado velozmente na classe C, que já abriga 35% dos internautas do País. "Hoje, eles navegam muito em comunidades virtuais que formam opinião sobre marcas e produtos - esse consumidor bem informado começa a ter o mesmo critério de qualidade atualizado dos mais ricos, que permite distinguir o que é bacana e moderno." Ainda há, é claro, uma restrição de acesso, mas ela nota que a rápida expansão do crédito está contornando as limitações de renda.

Em termos estatísticos, não há dúvida de que a classe C está na "média" da estratificação de renda brasileira, com 25% da população acima e 35% abaixo, como observa a socióloga Fátima Pacheco Jordão. Para ela, pelo fato de ser majoritária, a classe C será cada vez mais decisiva em termos de consumo.

Ela cita o crescimento espantoso de alguns jornais populares, como o *SuperNotícia*, de Minas Gerais, cuja circulação subiu de 179.981 para 301.362 exemplares entre o primeiro semestre de 2007 e o de 2008. Segundo José Roberto Tambasco, vice-presidente comercial e de operações do Grupo Pão de Açúcar, "nenhum negócio hoje pára de pé se não estiver olhando a classe C, a não ser que seja voltado a um nicho".

Marcelo Neri, coordenador do Centro de Políticas Sociais (CPS) da FGV, responsável pela pesquisa "A Nova Classe Mé-

dia", nota que "há uma visão de que a classe média é um estado de espírito". Ele cita o jornalista e escritor americano Thomas Friedman, para quem os participantes da classe média são definidos pelo fato de que têm um plano de ascensão social para o futuro e são empreendedores.

Neste sentido, a classe média é um dos dinamos do desenvolvimento da sociedade. A classe C no Brasil, de acordo com alguns especialistas, já tem este germe da ascensão e do empreendedorismo.

Para o sociólogo e cientista político Amaury de Souza, sócio-diretor da MCM Consultores Associados, "esta nova classe média baixa é extremamente ambiciosa, dinâmica, confiante em si mesma e tem valores mais sólidos".

Por outro lado, ainda faltam à classe C diversos elementos da visão clássica de classe média, como frisa Souza, citando a casa própria, a educação universitária dos filhos e a teia de contatos sociais. "As classes mais pobres não têm essa multiplicidade de contatos, que ajuda os filhos a subirem", ele diz.

Segundo Fátima, a classe C ainda não consolidou diversos padrões, como uma exigência maior em relação a direitos sociais, serviços públicos e educação. "Ela até agora aproveitou-se mais do processo de consumo do que do processo democrático e de acesso à cultura", conclui. ●

## 'Agora, se eu quero alguma coisa, vou e compro'

**Angela Lacerda**

RECIFE

Ser da classe média é poder ir ao cinema, ao shopping center e a restaurantes frequentados por gente mais abastada. Ser da classe média é não restringir o lazer dos filhos. Ser da classe média é não precisar perguntar "quanto é?". "Se eu quero, vou e compro."

Essa é a definição de classe média de Oséas Bezerra Alves, 29 anos, que neste ano ascendeu socialmente, passando a integrar a classe C, ou média. De acordo com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), esse estrato social abrange hoje mais da metade das populações das seis principais regiões metropolitanas do País - São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Salvador e Recife -, cuja renda familiar vai de R\$ 1.064 a R\$ 4.591.

Antes de subir de patamar, Oséas já se beneficiava do consumo, permitido pelas compras a crédito. Na sua casa, localizada no município de Igaracu, região metropolitana do Recife, ele tem duas televisões e dois aparelhos de DVD - no quarto e na sala - forno microondas, ar condicionado, cozinha mobiliada.

Promovido a gerente do posto de gasolina Arrecife, bandeira Texaco, no bairro da Imbiribeira, na capital, ele passou dos R\$ 500 mensais para R\$ 1,3 mil. Quer crescer com os patrões e não mede esforços. Segundo grau completo, paralelamente estuda para concurso. Seu grande sonho é ser mecânico da Petrobrás.

Caçula dos nove filhos de dona Iracema Bezerra Alves, falecida há 18 anos, ele viu a mãe ser espancada pelo pai e passou fome no bairro de Santo Amaro, com alto índice de criminalidade, na área central da cidade.

### 'SER ALGUÉM'

Apesar da pobreza e do estudo em escola pública, a maioria fez faculdade e todos conseguiram ser "alguém" na vida. "Eu ainda chego lá", afirma, depois de contar, com orgulho, que tem uma irmã formada em química, que trabalha na Petrobrás, além de uma irmã enfermeira de UTI, uma bióloga e um irmão administrador de empresas.

Dentro do perfil da nova classe média detectada por pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (Ipea) e pelo estudo da FGV, Oséas acompanhou o movimento desse grupo emergente que, entre 2002 a 2008, cresceu como resultado do próprio trabalho e sem ajuda de programas governamentais sociais.

Nesse período, Oséas chegou à classe média uma vez, em 2005. Ele era contratado da filial de uma empresa de plásticos de Joinville, Santa Catarina. Com o fechamento da unidade no Recife, foi transferido para a sede com salário de mais de R\$ 2 mil. A experiência durou um ano. Não deu certo, mas ele juntou dinheiro suficiente para, de volta a Pernambuco - e à classe mais pobre - comprar a casinha onde mora até hoje.

Oséas é movido por suas metas de vida. Elas foram decididas após um conselho da mãe sofredora. "Dêem às suas esposas o que seu pai não me deu", costumava dizer aos filhos. Ele segue à risca as palavras da mãe e também procura dar aos filhos o que ele próprio nunca recebeu do pai alcoólatra. E sem se endividar. "Sou muito controlado", garante Oséas. **Todo mês, ele poupa** parte do salário.

É pai de Pedro Gabriel, de nove anos, fruto de um relacionamento na juventude, e de Victor, de dois anos, do casamento com Eronilda Cavalcanti Bezerra. Seu prazer é suprir as necessidades e vontades dos filhos, a quem também impõe metas. Pedro Gabriel ganhou a bicicleta desejada depois de apresentar um boletim de notas altas. ●



**ASCENSÃO** - Oséas Bezerra, com o filho Victor e a esposa Eronilda, em Igarassu, região metropolitana do Recife: "Ser da classe média é não precisar perguntar 'quanto é?'"