

A ASCENSÃO DA CLASSE C E AS MUDANÇAS NOS HÁBITOS DE CONSUMO NO BRASIL ENTRE OS ANOS 2002-2013

Lays Degrava Camassari (IC) e Edgar Cândido do Carmo (Orientador)

Apoio: PIVIC Mackenzie

Resumo em Português: Após políticas de redução de desigualdades serem postas em prática, bem como a volta do emprego formal com carteira assinada, as transferências previdenciárias e os reajustes reais do salário mínimo, foi possível observar que a classe C inflou. Foi então que surgiu o termo “nova classe média”. Entretanto, apesar do aumento da renda, é necessário observar se houve também um ganho de educação e cultura para assim designar se realmente ocorreu uma ascensão desta classe. Caso contrário, a separação entre classes é feita somente em termos estatísticos, já que não leva em conta aspectos e hábitos de vida que realmente possam a vir a constituir um grupo. Contudo, pôde-se notar que os empresários e lojistas mudaram sua estratégia e voltaram sua atenção às pessoas de baixa renda e, deste modo, possibilitaram que estas últimas pudessem conquistar bens de luxo e também pudessem ir à busca de seus sonhos; tudo isso com a garantia do fácil acesso ao crédito e baixas prestações que “cabiam no bolso”. Logo, o objetivo do trabalho é analisar como o boom da classe C possibilitou alterações no seu padrão de consumo.

Palavras-chave: renda, classe média, consumo.

Abstract: After policies to reduce inequalities were put in practice, as well as the return of formal employment, social security transfers and real increases in the minimum wage, it was observed that the class C inflated. Then the "new middle class" term was created. Although, despite the increase in the income, it is necessary to observe if there was also a gain in education and culture to determine whether indeed there was a class ascent. Otherwise, the separation between classes is made only by statistical terms, since it does not take into account aspects and lifestyle habits that can really come to constitute a group. However, it was noticed that businessmen and shop owners changed their strategy and focused on the low-income people whom, this way, could have the possibility to acquire luxury goods and go after their dreams; all this with the guarantee of easy credit access and small installments that would "fit in their pocket". Therefore, the objective of this article is to analyze how the boom of class C enabled the changes in their consumption pattern.

Keywords: income, middle class, consumption.

INTRODUÇÃO

Uma das características marcantes do Brasil são as desigualdades sociais. Até os anos 2000 a pirâmide social brasileira era composta, em sua maioria, por indivíduos que se concentravam nas classes D e E. Entretanto, após políticas de redução da pobreza começarem a serem colocadas em prática, observou-se que a classe intermediária da pirâmide social inflou.

O tema que será abordado no presente trabalho, o qual diz respeito à ascensão da classe C e as mudanças nos hábitos de consumo no Brasil, surge através da grande ênfase que se tem dado, nos últimos anos, acerca da ascensão das famílias de baixa e média renda para uma nova classe, a chamada “nova classe média”, que assim passou a ser designada já que apresenta hábitos de consumo da velha classe média, mas também apresenta suas particularidades, diferenciando-a, portanto, da antiga.

Como hipótese inicial, parte-se do pressuposto de que a escalada na pirâmide social permitiu uma mudança na composição dos bens que são consumidos pela classe C nos últimos anos.

Portanto, o objetivo do trabalho é analisar como o boom da classe C possibilitou alterações no seu padrão de consumo, através de fatores que incluem o aumento da renda, a maior inserção no mercado de trabalho formal, os programas assistenciais do governo, as maiores facilidades de crédito e as parcelas de longo prazo que cabem no orçamento, possibilitando as famílias de estratos populares a adquirirem bens que lhes tragam maior conforto e prestígio, sobretudo aqueles ligados à posse de eletroeletrônicos.

Os problemas de pesquisa que norteiam o decorrer do texto são: quais as alterações que ocorreram no padrão de consumo da classe C nos últimos anos? Quais as diferentes visões acerca do conceito “nova classe média”? E, finalmente, que fatores possibilitaram uma parcela da população se inserir nessa nova camada?

1. REFERENCIAL TEÓRICO

O conceito nova classe média surgiu através dos estudos de Mills (1979), que os designou como colarinhos brancos, já que ganhavam um salário mensal por seu trabalho, mas não tinham acesso à propriedade e, deste modo, somente ajudavam na formação de lucro para o empresário.

Nos dias atuais, a definição do termo nova classe média não é acompanhada por uma única visão. Dentre as principais abordagens, podem-se destacar três: a de Neri (2008), a de Pochmann (2012) e a de Souza (2012).

Neri (2008) defende o argumento de que esta classe é a classe média no sentido estatístico, por auferir a renda média da sociedade.

Já Pochmann (2012), por sua vez, argumenta que a elevação do rendimento e, conseqüentemente, do consumo, não é razão suficiente para se afirmar que uma nova classe média esteja nascendo. Diz que é necessário aprofundar a reflexão para qualificar a população emergente da classe trabalhadora.

Finalmente, na visão de Souza (2012), apesar deste novo estrato social ser responsável pelo crescimento da economia brasileira nos últimos anos, esses “batalhadores” (como será explicado adiante), não podem ser considerados classe média se, junto com o aumento da renda, também não houver o aumento do capital cultural.

Portanto, analisar o perfil de consumo pela classe C é tema de objeto de vários estudos, dada a dificuldade de agrupamento dos diferentes perfis de indivíduos que compõe essa camada.

2. MÉTODO

Utilizamos o indicador que mede a desigualdade, o Índice de Gini, quando no decorrer das seções for apresentado o problema da distribuição de renda no Brasil, verificando alguns fatores que contribuíram para a diminuição da desigualdade social a partir dos anos 2000.

Também será usada a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) dos anos de 2002-2003 e 2008-2009, tendo como critério de análise a renda domiciliar total. Uma tabela disponibilizada por Azevedo e Mardegan Jr. (2009) que fornece a porcentagem dos diversos tipos de despesa sobre o valor mensal médio despendido pelas famílias de baixa renda, também fará parte do estudo.

Serão examinados os domicílios que se situam na faixa de renda compreendida entre R\$ 2.005,00 e R\$ 8.640,00, segundo dados da SAE a preços de janeiro de 2014 (SAE, 2015).

Ainda se realizará uma pesquisa documental e bibliográfica objetivando dar suporte teórico à discussão apresentada neste trabalho.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1.1 FORMAÇÃO DA CLASSE MÉDIA

As antigas classes médias surgiram na Europa e na América de formas diferentes. Enquanto na primeira elas aparecem como uma camada urbana, na segunda a história é diferente. A classe média americana é o produto de agricultores autônomos.

Nos Estados Unidos, o fato dos agricultores que habitavam determinada terra não possuírem vínculos, ou, em outras palavras, sistema de herança, assim como ocorria na Europa feudal, e se espalharem pelo território, permitiu que o país se lançasse no capitalismo. Deste modo, as propriedades puderam ser vendidas em pequenos lotes de terra, orientando, com isso, a economia para uma sociedade contratual.

Dentro desse contexto, os proprietários de terra visaram produzir não somente mais para a sua subsistência, mas sim para garantirem lucros, o qual é pressuposto básico para a existência do capitalismo. Para tal, contaram com a expansão dos meios de transporte, seja pelo mar, estradas ou ferrovias.

Com a expansão das cidades, foi surgindo à figura dos empresários e dos operários, que foram vistos como excelentes mercados para os agricultores e também perceberam, nas áreas rurais, mercados em expansão.

Durante o processo de industrialização norte-americana, Mills (1979) aborda o proprietário da empresa como um homem de negócios e de sucesso. Aos melhores empregados, era dada a oportunidade de aprender para, assim, com a parte poupada de seus salários, esses trabalhadores poderem, juntamente com empréstimos, abrirem seu próprio negócio.

A antiga classe média era composta por empresários não hierarquizados, pequenos produtores e pequenos agricultores, grandes proprietários rurais e comerciantes e, finalmente, por homens que não possuíam propriedade alguma. Porém, para ascender na escala social, era preciso expandir a propriedade.

Contudo, durante a história dos Estados Unidos, a classe média foi se transformando, já que o acesso à propriedade independente tornou-se cada vez mais difícil. A nova classe média passou a ser assentada não mais com base na propriedade, mas sim com base na ocupação, período em que se formou o segmento social dos colarinhos brancos.

Os colarinhos brancos eram representados nos Estados Unidos, por volta dos anos 40, basicamente por três profissões, sendo elas: professores, vendedores e empregados de escritório. Só poderiam exercer poder e ter reconhecimento dentro do mercado de trabalho,

e não através do controle de alguma propriedade. Eles eram responsáveis por ajudar na formação de lucro para o empresário, mas não para eles próprios.

A finalidade do trabalho é mostrar, ao longo dos capítulos, como é visto, atualmente, esse conceito de nova classe média no Brasil. Também visa resgatar quais são os fatores que permitiram classificá-la como tal, se preocupando em abordar a questão relativa ao consumo, ou seja, como ele foi influenciado por essa nova designação.

3.2 ABORDAGENS DISTINTAS DE CLASSE MÉDIA

As três visões que serão aqui analisadas estão contidas nos estudos de Neri (2008), Pochmann (2012) e Souza (2012).

Neri (2008) faz uma abordagem mais estatística da classe média, separando as diferentes camadas sociais por faixas de renda, não levando em conta se uma ascensão de classes é acompanhada por aumento de capital cultural, como o aumento da variável educação, ou não. Desse modo, “a nossa classe C está compreendida entre os imediatamente acima dos 50% mais pobres e abaixo dos 10% mais ricos. [...] Aufere em média a renda média da sociedade, ou seja, é a classe média no sentido estatístico”. (NERI, 2008, p.48).

Para este autor, há algumas perspectivas que podem ser levadas em conta no que tange a definição de classe média. Uma delas é através da análise do nível de renda e vida presente associadas com o desejo de estar numa posição melhor futuramente. Outra maneira é:

Pelo potencial de consumo tal como no chamado critério Brasil na qual a classe média é a chamada classe C. Esta estratificação é implementada a partir do impacto de bens sobre medidas de acesso a bens duráveis e seu respectivo número (TV, rádio, lava-roupa, geladeira e freezer, vídeo-cassete ou DVD), banheiros, empregada doméstica, e nível de instrução do chefe de família. (NERI, 2008, p. 23-24).

Ao longo de seu estudo, Neri (2008) não analisou, por exemplo, as condições de vida e moradia das novas pessoas que ascenderam à classe média. Entretanto, mostrou que isso só foi possível graças a volta do emprego formal com carteira assinada, aos programas assistencialistas do governo, sendo o maior exemplo o Bolsa Família, as transferências previdenciárias e os reajustes reais do salário mínimo.

Contrariamente à sua visão, Pochmann (2012) não entende que uma vez elevado o rendimento de uma determinada pessoa isso a faça se inserir num novo estrato. Para ele,

é necessário que haja uma incorporação de traços educacionais e culturais que permitam, aí sim, afirmar que um determinado indivíduo ascendeu de classe ou não. O fato de terem maior renda não significa, necessariamente, que seus hábitos irão mudar.

Mesmo com o contido nível educacional e a limitada experiência profissional, as novas ocupações de serviços, absorvedoras de enormes massas humanas resgatadas da condição de pobreza, permitem inegável ascensão social, embora ainda distante de qualquer configuração que não a de classe trabalhadora. Seja pelo nível de rendimento, seja pelo tipo de ocupação, seja pelo perfil e atributos pessoais, o grosso da população emergente não se encaixa em critérios sérios e objetivos que possam ser claramente identificados como classe média. Associam-se, sim, às características gerais das classes populares, que, por elevar o rendimento, ampliam imediatamente o padrão de consumo. Não há, nesse sentido, qualquer novidade, pois se trata de um fenômeno comum, uma vez que trabalhador não poupa, e sim gasta tudo o que ganha. (POCHMANN, 2012, p. 10).

Além do mais, o fato do rendimento ter se elevado e, com isso, aumentar o consumo, não simboliza que uma nova classe média esteja nascendo, já que essa renda extra não significa que haverá poupança. Pelo contrário, ela será inteiramente consumida. Portanto, para expressar uma ascensão social é preciso muito mais do que um critério puramente estatístico. Faz-se necessário uma profunda reflexão para qualificar a população emergente da classe trabalhadora.

Essa mesma visão, de que não há uma nova classe média, também é compartilhada por Souza (2012), já que vê nas camadas populares pessoas que batalham todos os dias para garantir a sua renda ao final do mês. Para ele, a pirâmide social não pode simplesmente ser verificada através da renda, já que um indivíduo pode auferir uma renda relativamente alta e manter um padrão de vida condizente com as classes populares. Há outras variáveis mais complexas que definem o que é ser pertencente a uma classe. É preciso que haja um conjunto de características semelhantes para agrupar determinados grupos sociais ao longo das diversas camadas.

Souza (2012) apresenta esse conjunto da população como batalhadores. Estes são assim designados já que, por um lado, essas pessoas submeteram-se às exigências do mercado de trabalho, que privilegia àqueles que se dedicam mais para obter sucesso e é marcado por incertezas e competitividade, bem como pela flexibilidade de posições. Por outro, os desafios enfrentados por esses batalhadores não são poucos, tendo em vista que sofrem, durante o processo, preconceito e violência simbólica pela população brasileira. Passam por tudo isso para tentarem crescer na vida e adquirirem uma condição melhor, buscando meios que os ajudem a enfrentar os problemas, como o apego na fé, na igreja, em grupos com a

mesma ideologia e tendendo a se identificar com os projetos disseminados pelos partidos de esquerda.

Ainda de acordo com o autor, as classes dominantes, no atual tipo de sociedade capitalista, são aquelas que têm acesso indisputado e legitimado a bens que são considerados escassos, podendo citar como exemplo: reconhecimento social, respeito, viagens, casas bonitas, amigos influentes, prestígio e roupas de grife. Portanto, elas não são aquelas expressas em maior número, mas sim as que conseguem usufruir de tais privilégios. Os participantes das classes influentes conseguem se reconhecer através da roupa que estão vestindo ou do vinho que estão tomando.

São essas classes que, geralmente, controlam o acesso ao capital econômico, que é o privilégio delas mesmas e, também, ao capital cultural, “lôcus privilegiado das classes médias”. (SOUZA, 2012, p. 48).

Para finalizar a análise de Souza (2012) a respeito da classe C,

[...] ela tem opções e gostos muito diferentes. Ela é “comunitária” e não “individualista”, por exemplo, nas suas escolhas. Ficar no lugar onde se tem amigos e parentes é mais importante do que se mudar para um bairro melhor. Mas, antes de tudo, ela não teve o mesmo acesso privilegiado ao capital cultural – que assegura os bons empregos da classe média no mercado e no Estado – nem muito menos, ao capital econômico das classes altas. Nossa pesquisa mostrou que essa classe conseguiu seu lugar ao sol à custa de extraordinário esforço: à sua capacidade de resistir ao cansaço de vários empregos e turnos de trabalho, à dupla jornada na escola e no trabalho, à extraordinária capacidade de poupança e de resistência ao consumo imediato e, tão ou mais importante que tudo que foi dito, a uma extraordinária crença em si mesmo e no próprio trabalho. (SOUZA, 2012, p. 49-50).

Dito isto, a próxima seção abordará a questão da concentração de renda e da desigualdade social no Brasil, mostrando que fatores levaram à emergência da classe C e como ela se comporta diante da questão sobre o consumo.

3.3 FATORES DE EXPANSÃO E CARACTERÍSTICAS DA CLASSE C

Desde a época da colonização houve a predominância da exploração de uma classe sobre outra. Primeiro os portugueses souberam trocar mercadorias de baixo valor agregado por mercadorias com alto valor agregado com os índios, impondo seu poder sobre estes últimos. Depois os grandes proprietários de terra exploraram o trabalho dos escravos, dominando o cenário local, política e economicamente e não dividindo sua riqueza. Por último,

nota-se que com a chegada da industrialização, os empresários, mesmo que pagando salários os seus empregados, ainda continuavam com a maior parte do lucro e a renda ainda continuava fortemente concentrada.

Ou seja, a concentração de renda no Brasil tem suas raízes na sua própria história, visto que a desigualdade está presente em todas as fases do seu desenvolvimento.

Uma explicação para que tal situação se perpetue pelo tempo, segundo Pochmann (2007) pode ser verificada no fato de haver conservadorismo no poder. Ou seja, o Brasil nunca sofreu nenhuma experiência que possa ter modificado as estruturas do país e, portanto, a forma como a riqueza é distribuída. Todos os levantes revolucionários acabaram sendo sufocados pelo lado conservador e não chegaram a concluir seus propósitos.

Como destacou Pochmann em seu artigo:

As ações de governo terminam se direcionando a tarefas de curto prazo, incapazes de alterar a estrutura de concentração dos agregados de renda e riqueza. Reciprocamente, a concentração do poder econômico e político impõe obstáculos profundos à gestão do país. O reacionarismo das elites que concentram o poder tem inviabilizado a concretização de reformas em um ambiente democrático. Na ausência de revolução e reformas, geralmente obstadas pelo conservadorismo, as políticas públicas ficaram no meio do caminho.

Os gastos públicos nas áreas sociais já são significativos, mas insuficientes para a reparação da herança decorrente do padrão excludente de repartição da renda nacional. Assim, a composição fundiária segue muito concentrada. O sistema tributário permanece regressivo, com a população pobre pagando mais impostos e os ricos quase incólumes. A estrutura social continua inadequada para garantir a universalidade e a qualidade dos equipamentos e serviços para toda a população. (ASSUFRGS, 2007).

Como resultado desse processo de concentração de renda, pode-se fazer uma ligação entre esta última e a educação. “Quanto maior a renda familiar de uma criança ou jovem, maior é o número de anos estudo que terá e melhor a qualidade da educação que receberá; de outro lado, quanto melhor a escolarização, maior será a sua renda futura”. (HELENE, 2015). Essa assertiva remete, portanto, a um círculo vicioso, que perpetua a desigualdade de renda no Brasil.

Mesmo assim, com a chegada dos anos 2000, pôde ser observada uma melhora na renda dos mais pobres, bem como a redução da pobreza e da miséria, verificada pela queda no índice que mede a desigualdade, o índice Gini, que passou de 0,594, em 2001, para 0,526, em 2012.

Como verificou Pochmann (2012), a partir da década de 70 constatou-se no Brasil um forte movimento de ascensão social que estava ligado à boa fase econômica que o país estava experimentando, tendo como motor essencialmente o setor industrial, que foi o responsável pelo maior número de empregos, sobretudo aqueles com maior remuneração. Como consequência, observou-se também que esse movimento de ascensão não se limitou apenas às cidades, como também se aplicou aos cidadãos que provinham do meio rural.

Contudo, com a inflação dos anos 80 e 90 ultrapassando a casa dos dois dígitos e chegando a níveis exorbitantes (a inflação média anual dos anos 90 chegou a 764%), o consumidor tinha que adotar um comportamento de consumo diferente do que se vê atualmente. Com os preços dos produtos sendo remarcados continuamente, famílias se viam obrigadas a fazerem estoques de alimentos e outros produtos, tais como o de higiene, para escaparem da perda do poder de compra do seu salário.

Com o estabelecimento do Plano Real em 1994, a inflação pôde ser controlada e o mercado de trabalho foi fortalecido, com o número de ocupações expandindo-se, especialmente porque o setor de serviços foi o que mais cresceu (31%), tendo destaque as posições de baixa remuneração, que compreende a faixa de até 1,5 salário mínimo mensal.

Houve também, durante esse período, um barateamento dos produtos, já que o Real se fortaleceu frente ao dólar e as inovações tecnológicas permitiram um aumento da escala de produção.

Outro fator que contribuiu para a emergência da classe C foi os programas assistencialistas do governo, tendo por objetivo transferir renda para as camadas mais necessitadas. O programa de maior importância hoje em dia é o Bolsa Família, criado no governo Lula, mas que apenas juntou num só programa os outros programas sociais já existentes no governo anterior, de Fernando Henrique Cardoso, que seriam eles: o Auxílio Gás, a Bolsa Alimentação e a Bolsa Escola e criou também o Fome Zero. Abrange famílias em situação de extrema pobreza, que são aquelas que ganham até 70 reais mensais per capita e famílias pobres, que são aquelas que têm renda per capita mensal entre 70,01 e 140 reais. Se, ainda, a família for constituída por gestantes, nutrizes, crianças e/ou adolescentes de 0 a 17 anos o valor do benefício recebido é maior do que aquele ganho por famílias que não possuem nenhum integrante nessa situação.

Juntamente com as políticas de apoio às rendas na base da pirâmide social brasileira, como elevação do valor real do salário mínimo e massificação da transferência de renda, houve o fortalecimento das classes populares assentadas no trabalho. (POCHMANN, 2012, p. 10).

A Figura 1 mostra que o número de trabalhadores de salário de base com carteira assinada a partir de 1999 apresentou crescimento, passando de 37,1% para 43,9% em 2009. Em compensação, nessa mesma época, observa-se que o número de empregados com salário de base sem carteira assinada caiu, indo de 34% para 31,4%.

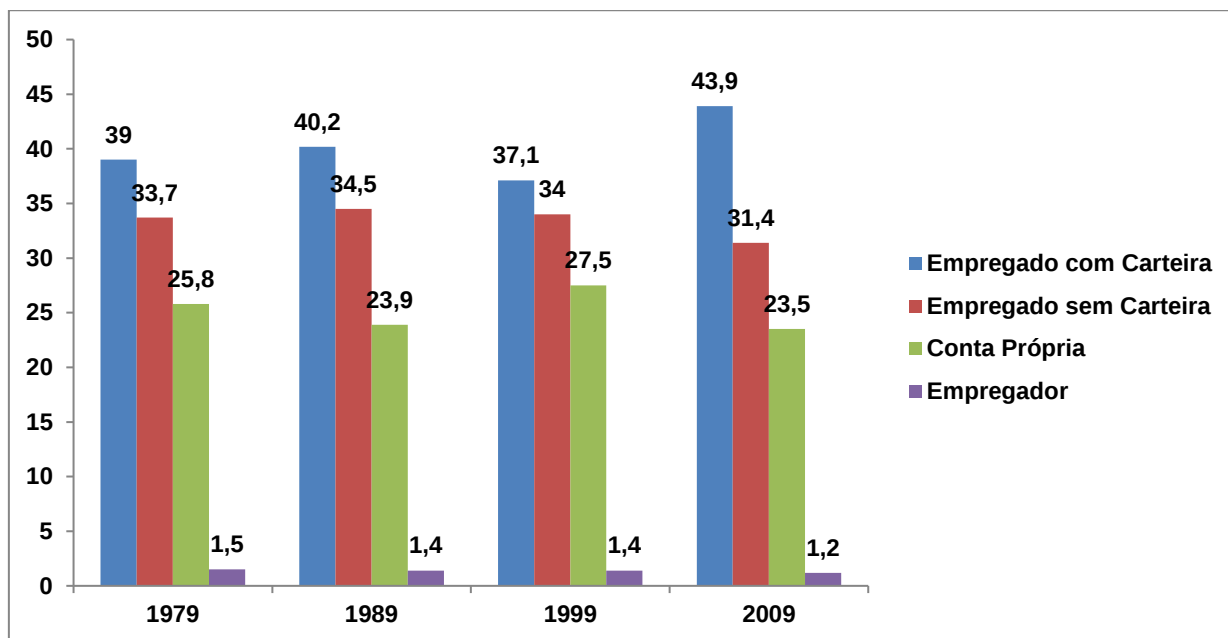


Gráfico 1 – Brasil: evolução da composição do total das ocupações para trabalhadores de salário de base segundo posição na ocupação (em %).

Fonte: Pochamann (2012) a partir dos microdados da PNAD/IBGE – Elaboração Própria.

No Gráfico 2 abaixo, pode-se constatar como a classe intermediária da pirâmide social inflou ao longo do tempo, passando a concentrar a maior parte da população nesse estrato, resultado da combinação dos fatores expostos anteriormente.

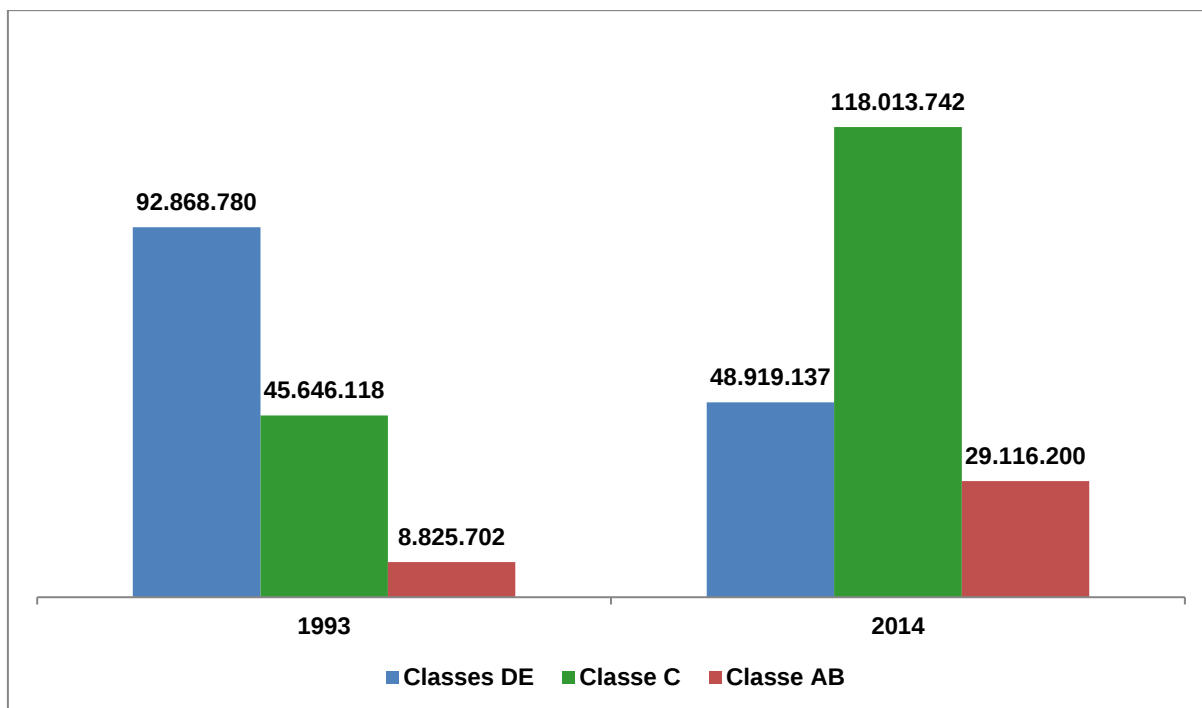


Gráfico 2 – A Pirâmide Populacional e Classes Econômicas 1993 e 2014.

Fonte: CPS/FGV em Neri (2012a) a partir dos microdados da PNAD/IBGE – Elaboração Própria.

Juntamente com os programas de transferência de renda do governo e com o fortalecimento do mercado de trabalho, sinalizado através da volta dos empregos formais com carteira assinada, outros fatores que permitiram que houvesse uma ascensão das camadas populares foram os incentivos para as maiores facilidades no acesso ao microcrédito, uma prática de taxa de juros mais atrativa, as transferências previdenciárias, os reajustes do salário mínimo e o estímulo para a formação acadêmica, através da criação de mecanismos que possibilitaram uma maior inserção de pessoas menos favorecidas no ensino superior, podendo citar como exemplo o Prouni (Programa Universidade para Todos), em que o Governo Federal cede bolsas integrais e parciais para o ingresso de estudantes brasileiros no ensino superior em instituições privadas e o sistema de cotas nas universidades para estudantes de escolas públicas.

Colocando em números, conforme Neri (2012a), a redução da desigualdade na década passada tem a contribuição dos seguintes fatores, em ordem decrescente: 58% deve-se ao Trabalho, 19% à Previdência, 13% ao Programa Bolsa Família, 4% ao Benefício de Prestação Continuada (BPC) e 6% a Outras Rendas, como aluguéis e juros. Em outras palavras, todas essas medidas tiveram efeito sobre a queda da desigualdade e impactaram a pirâmide social. Tudo isso acaba refletindo numa melhora da qualidade de vida através do aumento da renda e, conseqüentemente, um aumento do consumo.

Desse modo, segundo Yaccoub:

Devido ao aumento da renda, à política de juros baixos e aos financiamentos facilitados a partir do Plano Real, esses “novos consumidores” obtiveram mais acesso a bens duráveis, especialmente eletrônicos, elevando assim seu status perante seus iguais e muitas vezes adequando através de táticas seu novo padrão de consumo. Por meio do consumo, principalmente de carros e eletrônicos, eles almejam inclusão em outro estrato social, as camadas médias urbanas. (2011, p. 197).

Como bem expressa o parágrafo acima, esses novos consumidores ao verem sua renda aumentada passam a comprometê-la não apenas com os itens básicos, que seriam alimentação, água, energia, gás, vestuário básico, transporte, saúde, educação, dentre outros, como também passam a desejar e a adquirir cada vez mais itens que antes eram considerados de elite. Agora eles também querem comprar o celular da “vez”, a roupa de grife cara e da moda, comprar o carro próprio, reformar a casa, adquirir objetos de decoração e equipar a cozinha com os utensílios domésticos que muitas vezes nem saíram do armário. Tudo isso é reflexo de que esse grupo aprendeu a valorizar bens que são de grande importância para os grupos dominantes e o seu acesso torna-se possível graças às prestações baixas e que cabem no bolso do consumidor.

Um exemplo clássico de empresa que acertou na escolha da condução de sua política para as camadas populares é as Casas Bahia. Através do crediário, sem a necessária comprovação de renda, a rede criou uma relação emocional com o seu cliente, o que torna a taxa de inadimplência muito baixa. Deste modo, é possível satisfazer tanto o desejo de seus clientes que buscam produtos não somente pelo preço, como antigamente, mas também primam pela qualidade, como também aumentar os lucros.

Interessante se faz notar que, segundo o critério de renda adotado por Neri (2008), muitas pessoas que residem em favelas ou em lugares menos favorecidos podem se encaixar como classe média. Mas, em estudo realizado por Castro (2014), pode-se confirmar mais uma vez que o padrão de consumo por essa parte da população não reside apenas nos itens triviais, mas também com itens de desejo pessoal.

Uma simples caminhada pelo local nos revela que o consumo destas famílias não se resume aos chamados bens de primeira necessidade. Buscando um aprofundamento e mapeamento dos sentidos do consumo, iniciamos a sondagem etnográfica, realizando algumas incursões a campo e percebemos a circulação de bens e produtos associados ao universo das grifes, o que nos levou a outros aspectos da discussão, e a outros percursos analíticos. [...] Em uma breve sondagem na favela estudada, salta-nos aos olhos os varais

improvisados com camisetas estampando grifes conhecidas. Em um mesmo quintal de “terra batida”, é possível flagrar criação de galinhas e um adolescente portando um boné de marca renomada e cobiçada pelos jovens. (CASTRO, 2014, p.37-38).

Na sociedade atual, assim como frisado por Dantas (2015), é mais importante ter do que ser e o mercado cumpre seu papel quando consegue fazer com que produtos simples se tornem objetos cobiçados, que dão ao seu comprador a sensação de pertencimento. Além do mais, a posse de determinados objetos traz consigo um significado sociocultural, já que é vista também como uma forma de marcação social, permitindo identificar a classe a qual o indivíduo pertence.

O consumidor de baixa renda prefere manter suas compras do dia-a-dia, tais como a de supermercado, em locais que se situem próximos à sua moradia e que não lhe causem grandes gastos com deslocamento, visto que transporte é um item, como será visto na próxima seção, que impacta bastante o seu orçamento. Além do mais, outros serviços também disponibilizados no bairro (como cabeleireiros, prestadores de serviços e outros), conseguem capturar esses consumidores através do contato mais direto e atendimento personalizado.

É através de operações realizadas com o cartão de crédito, carnês ou cheques pré-datados que o consumidor vê a sua maior vantagem para realizar as compras a prazo, já que as lojas oferecem baixas prestações, que os induzem a estar sempre comprando. A vantagem do cheque pré-datado, no ponto de vista dos lojistas, conforme mostrou Azevedo e Mardegan Jr. (2009), é escapar das taxas cobradas pelas administradoras de cartões de crédito. Este último, por sua vez, vem ganhando espaço como substituto da moeda corrente, já que além da compra à vista, ele também permite realizar compras parceladas, a forma preferida pelo cliente de baixa renda.

Uma alternativa para obter o dinheiro que lhe seja necessário momentaneamente, é o crédito pessoal, realizado através do pagamento em prestações. A modalidade do crédito denominada crédito consignado, apresentou crescimento bastante considerável, já que tem a facilidade de estar vinculada à conta salário do tomador de empréstimo, ou seja, as parcelas são debitadas diretamente da folha de pagamento. Ainda contam com baixas taxas de juros, consequência da baixa inadimplência.

Logo, o aumento da renda da classe C proporciona o aumento do consumo, seja ele o de bens supérfluos ou não. Mas o fato é que, hoje em dia, cada vez mais lojas e empresas estão procurando adequar seus meios de pagamentos para atraírem esses novos consumidores e, assim, abocanharem uma fatia maior do mercado e aumentarem seus lucros.

3.4 AFINAL, O CONSUMO MUDOU?

Nesta parte do trabalho serão apresentados os dados das Pesquisas de Orçamentos Familiares de 2002-2003 e 2008-2009, bem como uma tabela disponibilizada por Azevedo e Mardegan Jr. (2009), que fornece a porcentagem dos diversos tipos de despesa sobre o valor mensal médio gasto pelas famílias de baixa renda, para comparar se o consumo da classe média se modificou durante os últimos anos.

Antes, porém, é importante separar as classes segundo suas faixas de renda, assim como retratado na Tabela 1. Portanto, o objeto de estudo desta pesquisa é a classe que auferir uma renda familiar entre R\$ 2.005,00 e R\$ 8.640,00, que é, diga-se de passagem, extremamente heterogênea.

Tabela 1 – Classes econômicas definidas pela renda domiciliar total (R\$) (calculadas com rendimentos familiares per capita).

Classes Econômicas	Limite Inferior	Limite Superior
Classe E	0	R\$ 1.254,00
Classe D	R\$ 1.255,00	R\$ 2.004,00
Classe C	R\$ 2.005,00	R\$ 8.640,00
Classe B	R\$ 8.641,00	R\$ 11.261,00
Classe A	R\$ 11.262,00	-

Fonte: SAE (2015) a partir de microdados da PNAD e POF/IBGE – Elaboração Própria.

Nota: em R\$ a preços de janeiro de 2014.

Colaborando para a análise sobre o consumo da classe C, alguns conceitos microeconômicos podem ajudar a entender melhor o processo, já que a demanda por algum bem ou serviço é influenciada tanto pelo seu preço, como pelo preço de outros bens e serviços e, também, pela renda do consumidor.

A elasticidade-preço da demanda vai influenciar na quantidade que será adquirida do bem, dado uma variação no seu preço. Assim também ocorre com a elasticidade-renda da demanda, porém a variação na quantidade demandada do bem será dada em função da variação da renda do consumidor.

O consumidor agirá no mercado levando em consideração a sua restrição orçamentária (devido à sua renda limitada, a quantidade de mercadorias que podem ser adquiridas são, também, limitadas), e também a combinação de mercadorias que resultem na maximização da sua satisfação. Dito de outro modo, existe uma cesta de mercado que contém quantidades exatas de um ou mais bens, que serão escolhidas pelos consumidores de acordo com a sua curva de indiferença (é a curva que mostra todas as combinações de cestas de mercado que dão ao consumidor o mesmo nível de satisfação).

O que a Tabela 2 mostra é que, dentre todas as classes, a classe C é a responsável por quase 50% do consumo em todos os setores, sendo que em alguns ela até

chega a ultrapassar essa porcentagem, como, por exemplo, no setor de mineração, petróleo e gás, já que tanto na POF de 2002-2003, como na POF de 2008-2009, apresentam uma grande relevância, sendo da ordem de 56,8% e 58,8%, respectivamente.

Dito isto, é importante destacar, então, que, quando se trata de consumo, o Brasil é um país que tem a classe média como uma importante e representativa fonte de gastos.

O setor de construção chama a atenção por ter sofrido um acréscimo de quase 10% na comparação entre as duas últimas POF's. Em 2002-2003, esse setor representava 35,8% do consumo da classe C. Já na última análise, essa porcentagem saltou para 44,4%. Ou seja, um acréscimo 8,6%.

Uma ressalva que deve ser feita é que, para essa análise da composição do consumo utilizada na Tabela 2, o aumento em porcentagem do consumo de uma classe consequentemente gera uma queda no consumo de outra classe em determinado setor. Com isso, têm-se os efeitos redistributivos de alterações no padrão de consumo.

Tabela 2 – Composição do Consumo da Classe C por setor (em pontos percentuais).

SETORES	POF 2002 - 2003	POF 2008 - 2009
	CLASSE C	CLASSE C
1. Agropecuária	42,0%	49,5%
2. Mineração, Petróleo e Gás	56,8%	58,8%
3. Indúst. Minerais Não Met.	48,3%	52,7%
4. Siderurgia e Metalurgia	51,8%	54,3%
5. Máquinas e Equipamentos	53,9%	50,4%
6. Material Elétrico e Eletroeletrônico	50,9%	51,6%
7. Material de Transporte	48,0%	45,3%
8. Madeira, Celulose e Plástico	49,5%	51,7%
9. Refino de Petróleo e Coque	48,4%	52,4%
10. Químicos e Farmacêuticos	49,1%	51,2%
11. Têxtil, Vestuários e Calçados	50,2%	52,1%
12. Produtos Alimentícios	46,9%	50,7%
13. Indústrias Diversas	47,5%	49,1%
14. Energia Elétrica	50,3%	52,5%
15. SIUP	48,0%	52,0%
16. Construção	35,8%	44,4%
17. Comércio	50,8%	53,9%
18. Transportes	48,7%	51,4%
19. Serviços Privados	45,5%	48,7%
20. Governo e Serviços Públicos	0,0%	0,0%

Fonte: SILVA; SCHRER; PORSSE, (2013), a partir de dados das POFs de 2002-2003 e 2008-2009 –
Elaboração Própria.

Nota: Despesas com serviços públicos, como, por exemplo, educação e saúde, não são pagas pelas famílias e, portanto, a POF não é capaz de captar as despesas das famílias no setor Governo e Serviços Públicos.

Como fica claro na Tabela 3, a classe E apresentou uma redução na composição do consumo em quase todos os setores, exceto no de máquinas e equipamentos. Esse resultado tem a seguinte explicação: houve a emergência de um grande número de indivíduos para classes superiores e, conforme a análise ao longo deste trabalho, sabe-se que a classe C recebeu uma grande parcela de pessoas.

Os setores que ganham maior destaque por ter um alto crescimento dentro da classe C, além do setor de construção, como já citado anteriormente acima, são os de agropecuária, que apresentou um aumento de 7,6% na contabilização entre as POF de 2002-2003 e 2008-2009, seguido pelo setor de indústria de minerais não metálicos, com aumento de 4,4% e, finalmente, o setor de Serviços Industriais de Utilidades Públicas (SIUP), que é responsável pela distribuição de serviços considerados essenciais, como água e energia, e que exibiu um crescimento da ordem de 4,1%.

Tabela 3 – Diferença na Composição do Consumo das Classes de Renda por setor (em pontos percentuais).

SETORES	CLASSES DE RENDA				
	A	B	C	D	E
1. Agropecuária	-0,1%	1,0%	7,6%	1,0%	-9,4%
2. Mineração, Petróleo e Gás	-2,6%	-0,3%	1,9%	1,9%	-0,9%
3. Indúst. Minerais Não Met.	1,8%	-0,3%	4,4%	0,0%	-5,8%
4. Siderurgia e Metalurgia	2,7%	0,2%	2,4%	0,9%	-6,2%
5. Máquinas e Equipamentos	-2,0%	1,2%	-3,4%	2,5%	1,7%
6. Material Elétrico e Eletroeletrônico	1,2%	-0,2%	0,7%	1,0%	-2,6%
7. Material de Transporte	1,5%	2,1%	-2,6%	0,0%	-0,9%
8. Madeira, Celulose e Plástico	1,8%	1,1%	2,2%	-1,3%	-3,8%
9. Refino de Petróleo e Coque	-2,0%	0,0%	4,0%	0,5%	-2,5%
10. Químicos e Farmacêuticos	1,1%	0,9%	2,1%	0,5%	-4,7%
11. Têxtil, Vestuários e Calçados	2,2%	0,9%	1,9%	-1,0%	-3,9%
12. Produtos Alimentícios	-0,2%	1,1%	3,8%	1,4%	-6,1%
13. Indústrias Diversas	-0,2%	0,2%	1,7%	0,1%	-1,8%
14. Energia Elétrica	0,7%	0,3%	2,2%	0,5%	-3,6%
15. SIUP	-1,2%	0,2%	4,1%	1,5%	-4,5%
16. Construção	-4,3%	-0,4%	8,5%	-2,6%	-1,3%
17. Comércio	-0,5%	1,9%	3,1%	-1,8%	-2,7%
18. Transportes	0,0%	0,8%	2,7%	1,1%	-4,6%
19. Serviços Privados	-3,1%	0,7%	3,2%	0,9%	-1,7%
20. Governo e Serviços Públicos	-	-	-	-	-

Fonte: SILVA; SCHRER.; PORSSE, (2013), a partir de dados das POFs de 2002-2003 e 2008-2009 – Elaboração Própria.

A Tabela 4 mostra a porcentagem dos diversos tipos de despesa sobre o valor mensal médio despendido pelas famílias de baixa renda.

Pode-se inferir dos dados apresentados da Tabela 4 que despesas relacionadas com habitação, alimentação e transporte, na sequência, são as que mais impactam no orçamento do consumidor de baixa renda, diferentemente do que ocorre nas faixas de maior renda. Mesmo assim, através do aumento da renda familiar, a classe média tem apresentado um comportamento de consumo diferente dos últimos períodos. Assim como retratado por Azevedo e Mardegan Jr. (2009), esse estrato passou a direcionar seus dispêndios para outros itens, que antes eram considerados supérfluos ou de luxo, tais como sucos prontos, massas instantâneas, iogurtes, sobremesas prontas, cremes e loções, ketchup, celulares, dentre outros.

Tabela 4 – Porcentagem dos diversos tipos de despesa sobre o valor mensal médio despendido pelas famílias de baixa renda.

Tipo de Despesa	Valor Médio Mensal Despendido pelas Famílias de Baixa Renda (R\$)	% do Total
Alimentação	300,67	22,42
Habitação	479,90	35,78
Vestuário	81,37	6,06
Transporte	232,68	17,35
Higiene e Cuidados Pessoais	31,93	2,38
Assistência à Saúde	81,40	6,07
Educação	44,31	3,31
Recreação e Cultura	30,35	2,26
Fumo	10,57	0,79
Serviços Pessoais	13,27	0,99
Despesas Diversas	34,80	2,59
Total	1.341,25	100

Fonte: AZEVEDO; MARDEGAN JR., (2009), a partir de dados do IBGE – Elaboração Própria.

Pode-se inferir dos dados apresentados da Tabela 4 que despesas relacionadas com habitação, alimentação e transporte, na sequência, são as que mais impactam no orçamento do consumidor de baixa renda, diferentemente do que ocorre nas faixas de maior renda. Mesmo assim, através do aumento da renda familiar, a classe média tem apresentado um comportamento de consumo diferente dos últimos períodos. Assim como retratado por Azevedo e Mardegan Jr. (2009), esse estrato passou a direcionar seus dispêndios para outros itens, que antes eram considerados supérfluos ou de luxo, tais como sucos prontos, massas instantâneas, iogurtes, sobremesas prontas, cremes e loções, ketchup, celulares, dentre outros.

O setor varejista tem aumentado suas vendas para as camadas populares de bens que apresentam preços intermediários, em contrapartida aos produtos básicos; é o caso dos hidratantes comuns, que passaram a competir com os cremes de combate à celulite e de bronzeamento. Esse argumento só vem a reforçar a hipótese inicial de que a ascensão da classe C permitiu uma mudança na composição dos bens que são consumidos por essa classe nos últimos anos.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nova classe média é objeto de diversos estudos, pois existe quem a entende como uma classe em termos estatísticos, ou seja, aquela que detém a renda média da sociedade e, contrariamente, também há quem defenda que não há o fenômeno da nova classe média, já que quando a renda de uma pessoa ou família cresce, isso não faz com que seus hábitos mudem. Para pertencer a um novo estrato, é importante, junto com o aumento do rendimento, apresentar a incorporação de traços educacionais e culturais.

Além da formalização do emprego, os reajustes reais do salário mínimo, as transferências previdenciárias e os programas assistenciais do governo também contribuíram para que muitas pessoas passassem a ter melhores condições de vida e, conseqüentemente, mudassem a forma de consumo.

Com uma significativa melhora do Índice de Gini após os anos 2000, o Brasil experimentou uma época em que a redução da desigualdade, diminuição do desemprego e a elevação dos rendimentos, principalmente do trabalho, trouxeram maior inclusão.

Despesas com habitação, alimentação e transporte, na sequência, são as que mais impactam no orçamento do consumidor de baixa renda. Mas, quando este viu sua situação melhorar, passou a gastar com itens que considerava de luxo, como celulares, eletrodomésticos, produtos de cama, mesa e banho, artigos de beleza, dentre outros. É nesse contexto, por exemplo, que os conceitos de elasticidade-renda da demanda e elasticidade-preço da demanda podem ser inseridos, já que, por exemplo, com o aumento da renda, o indivíduo pode gastar com bens de luxo ou que ele considera importante para sua satisfação pessoal.

Foi na época de crescimento da economia brasileira que a nova classe média ganhou destaque e muitas empresas voltaram sua atenção para atrair esse novo consumidor, fosse através do lançamento de novos produtos no mercado ou, então, conquistando-os pelas atrativas formas de pagamento. Entretanto, tudo o que essa classe conquistou tem sido colocado à prova em tempos de crise e prejudicado sua ascensão na pirâmide social.

Com o aumento do desemprego e a diminuição da verba para programas governamentais, a realidade do trabalhador de baixa renda tem se mostrado diferente atualmente. Suas conquistas e seu poder de compra já não pertencem mais a mesma realidade de alguns poucos anos atrás, colocando em cheque sua capacidade de resistência e escalada social.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Marcelo R.; MARDEGAN JR., Elyseu. **O consumidor de baixa renda: entenda a dinâmica de consumo da nova classe média brasileira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BOURDIEU, P. **Os três estados do capital cultural**. In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (Org.). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1979. p. 71-79 (3. ed., 2001).

CASTRO, A. L. **Para além da imitação-distinção: os sentidos de consumo entre os grupos de baixa renda**. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara, jan. 2014.

DANTAS, S. S. **De refém a protagonista: consumo, identidade e emancipação**. 1. ed. Curitiba, PR:CRV, 2015.

FILGUEIRAS, Luiz; GONÇALVES, Reinaldo. **A economia política do Governo Lula**. São Paulo: Contraponto, 2007.

HELENE, O. **Concentração de renda no Brasil: educação e desigualdade**. Le Monde Diplomatique, 20 fev. 2015. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=3098>>. Acesso em: 22 nov. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA)**. 2015. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. Acesso em: 06 mar. 2015.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Índice de Gini**. 2015. Disponível em: <http://desafios.ipea.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2048:catid=28&Itemid=23>. Acesso em: 05 nov. 2015.

MILLS, W. **A Nova Classe Média**. 3 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

NERI, M. C. (org.). **A Década Inclusiva (2001-2011): Desigualdade, Pobreza e Políticas de Renda**. Brasília: IPEA, 2012. (Texto para Discussão n. 155). Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/comunicado/120925_comunicadodoip_ea155_v5.pdf>. Acesso em: 12 out. 2015.

NERI, M. C. **A nova classe média**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, Instituto Brasileiro de Economia, Centro de Políticas Sociais, 2008. Disponível em: <http://www.cps.fgv.br/cps/classe_media/>. Acesso em: 15 fev. 2015.

NERI, M. C. (Coord.). **De Volta ao País do Futuro: Projeções, Crise Europeia e a Nova Classe Média**. Rio de Janeiro: FVG/CPS, 2012. Disponível em: <http://www.cps.fgv.br/cps/bd/ncm2014/NCM2014_TextoCompleto_Fim_sumario.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2015.

PINDYCK, Robert. S.; RUBINFELD, Daniel. **Microeconomia**. 7 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

POCHMANN, M. **Brasil o país dos desiguais**. Porto Alegre. Associação dos Servidores da UFRGS e UFCSPA. 2007. Disponível em: <<http://www.assufrgs.org.br/artigos/brasil-o-pais-dos-desiguais-marcio-pochmann/>>. Acesso em: 03 set. 2015.

POCHMANN, M. **Nova Classe Média?**. São Paulo: Boitempo, 2012.

SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS (SAE). **Assuntos Estratégicos: Social e Renda – A Classe Média Brasileira**. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/imprensa/noticia/destaque/assuntos-estrategicos-social-e-renda-a-classe-media-brasileira/>>. Acesso em: 16 ago. 2015.

SILVA, Arthur S. P.; SCHRER, Clauber E. M.; PORSSE, Alexandre A. **A nova classe C: alterações de consumo e seus efeitos regionais**. 2013. Disponível em: <http://www.anpec.org.br/sul/2013/submissao/files_l/i3-a531e9cc44cd876c0ee2a3e1908799a5.pdf>. Acesso em: 08 abr. 2015.

SOUZA, J. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?**. 2 ed. rev. e ampl. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

YACCOUB, H. A chamada “nova classe média”: cultura material, inclusão e distinção social. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, vol. 17, n. 36, jul./dez. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832011000200009&script=sci_arttext>. Acesso em: 12 fev. 2015.

CONTATO: layscamassari@hotmail.com e edgar.carmo@mackenzie.br