
**Segunda parte:
Experiencias nacionales**

A nova classe média brasileira

Resumo:

O objetivo do artigo é descrever a configuração de um novo segmento médio, com um perfil diferente da classe média tradicional, na composição de classes da sociedade brasileira: a classe C, também chamada de “nova classe média brasileira”.

Não há consenso em torno do conceito de classe média, podendo variar os critérios objetivos utilizados em sua definição (renda, escolaridade, ocupação, padrão de consumo, etc.), assim como os subjetivos (valores, aspirações, identidade, etc.). Contudo, há um aspecto valorativo e aspiracional comum a quase todas as definições é de que ser classe média é almejar uma vida melhor para o futuro e buscar distinção via padrão de consumo para garantir a posição no status de classe média.

O que possibilitou à classe C brasileira agir com valores de classe média foi a expansão e o barateamento do crédito, associados a um cenário macroeconômico bastante positivo: crescimento do PIB nacional, recuperação do valor do salário mínimo, controle da inflação e aumento do emprego formal, que somados contribuíram para o desenho de um cenário de estabilidade econômica.

Argumentamos aqui que a nova classe média (classe média baixa, ou classe C) se diferencia da classe média tradicional (classe média alta, ou AB), por ter menor escolaridade e menor renda, mas se aproxima dela por apropriação simbólica e incorporação dos valores aspiracionais de busca de ascensão e diferenciação social pela via da educação e do consumo.

O artigo está estruturado a partir da apresentação do debate em perspectiva histórica, conceituando a classe média desde a sua formação e surgimento no Brasil, passando pela crise que

enfrentou nos idos da década de 1980, chegando até o momento atual, concluindo com os desafios dessa nova classe, sendo o principal deles a sustentabilidade do seu crescimento face à crise econômica internacional.

Abstract:

The objective of this article is to describe the emergence of a new middle social stratum in current social classes of Brazil: the C class also named “the new Brazilian middle class”, with a different profile than traditional middle class.

There is no wide consensus on the middle class concept. The objective criteria used for its definition might vary (income, educational attainment, job, consumption habits, etc.), as well as the subjective ones (values, aspirations, identity, etc.). Nevertheless, the common aspect to all definitions is that belonging to middle class means to aspire to a better life for the future and to distinguish one self through specific consumption patterns to attain a middle class status.

The credit expansion and cheapening have been critical for the Brazilian C class to endorse middle class values, in addition with a rather stable macro economical scenario: GDP growth, minimum wage increase, inflation control and increase of formal employment.

We explain in this article how this new middle class (lower middle class or C class) is different from traditional middle class (upper middle class or AB), due to lower education attainment and lower incomes, but closer to it by endorsing aspiration values linked to education and consumption as a way to achieve social mobility and distinction.

This paper presents the debates from an historical perspective, conceptualizing the Brazilian middle class since its emergence, through its crisis during the eighties and until now, and finalizing with this new class challenges, including the main one which is growth sustainability in the international economical crisis context.

Key words:

New middle class, traditional middle class, social mobility, education and consumption

A nova classe média brasileira

I. Apresentação do debate

Na década de 1970 o Brasil foi apelidado pelo economista Edmar Bacha de “Belíndia”¹, uma referência às desigualdades e contrastes astronômicos de renda no país. O Brasil seria a mistura de uma pequena e próspera Bélgica com uma imensa e pobre Índia. Hoje, passadas pouco mais de três décadas vemos que a estrutura socioeconômica da sociedade brasileira se alterou consideravelmente. O Brasil atual é bem menos desigual do que era nos anos de 1970.

De acordo com dados do Banco Mundial, na década de 1970, o índice de Gini (principal indicador da iniquidade de renda) estava em 0,662. Nos anos de 1990 era de 0,609. Em 2004 o coeficiente caiu para 0,564 e em 2009 caiu um pouco mais, ficando em 0,5448, indicando uma tendência de diminuição da desigualdade. Mas apesar dessa tendência, segundo estudo de Néri

(2010: 11), o Brasil ainda está entre os dez países mais desiguais do mundo e levaria cerca de 30 anos, mantido o ritmo de crescimento atual, para atingir patamares de países como os Estados Unidos.

O índice de desenvolvimento humano (IDH) é outra medida que indica a ocorrência de melhora nas condições de vida dos brasileiros e redução das desigualdades. Da década de 1970 para a de 2000 o Brasil deixou o grupo dos países de desenvolvimento humano médio e passou a integrar o grupo dos países com alto índice de desenvolvimento. Na década de 1970 o IDH brasileiro era de 0,649, passou para 0,723 em 1990 e em 2009 atingiu 0,813.

Esses dois indicadores demonstram que o Brasil continua desigual, mas que essa desigualdade vem diminuindo, ainda que a partir de níveis astronômicos (ver Neri, 2010).

Outros indicadores socioeconômicos se somam ao IDH e ao índice de Gini, apontando para melhoras substanciais na qualidade de vida da população brasileira. Houve crescimento da riqueza nacional (PIB); expansão da oferta de crédito e seu barateamento (tanto para pessoas físicas quanto jurídicas); a inflação tem se mantido sob controle em patamares baixos; houve recuperação do emprego formal, assim como crescimento real do valor do salário mínimo e as contas externas do Brasil estão equilibradas. O país passou a ser considerado um bom local para investimentos segundo as agências internacionais de classificação de risco.

Outro fator positivo é a estabilidade política, uma vez que desde a redemocratização com a Constituição de 1988 e as eleições presidenciais diretas de 1989, o país vem procurando fortalecer a cidadania e as instituições democráticas. Enfim, desenhou-se no Brasil um cenário de estabilidade econômica e política.

Foi esse equilíbrio macroeconômico mais recente que propiciou a ascensão de contingentes populacionais às camadas médias da pirâmide social brasileira. Somado aos aspectos econômicos tivemos também uma significativa expansão do sistema universitário e uma melhoria expressiva no nível de escolaridade da população brasileira na última década.

Essa melhora de indicadores socioeconômicos faz com que o Brasil seja considerado hoje um país de classe média, com pouco mais

da metade de sua população pertencente a este segmento. E esta consideração abre a discussão em torno do tipo de classe média que está se forjando no Brasil, designada como “a nova classe média brasileira”.

O conceito utilizado para posicionar mais da metade da população brasileira na classe média não é o conceito clássico de classe média, tida como grupo da pequena burguesia, proprietário de pequenos meios de produção e empresas de pequeno porte voltadas ao comércio e aos serviços. Nem é, tampouco, o conceito de classe média composta por profissionais liberais, gerentes e “funcionários de colarinho branco” (a propósito Wright Mills já falava em nova classe média nos idos dos anos de 1950 quando descrevia esse segmento –ver Mills, 1976–).

A nova classe média brasileira que tem sido celebrada pela mídia é aquela que atingiu o meio da pirâmide socioeconômica, a que auferem em média a renda média da sociedade. É o conceito estatístico de classe média ou a classe do meio, a classe C de acordo com o Critério Brasil (Critério de Classificação Econômica Brasil), fornecido pela ABEP (Associação Brasileira de Empresas). O Critério Brasil estima o poder de compra dos domicílios urbanos, classificando-os por classes econômicas (A1, A2, B1, B2, C, D, E), de acordo com posse de bens de consumo duráveis e serviços, e também a educação do chefe do domicílio. O critério de renda não é considerado de forma direta neste indicador⁴.

Se compararmos essa nova classe média brasileira (classe C) com a classe média de países desenvolvidos, veremos uma grande diferença, um *gap*, no que se refere ao nível de renda, de escolaridade, no acesso à informação e a bens culturais, nos padrões aspiracionais e mesmo nos padrões de consumo (no que tange o nível de sofisticação dos bens e serviços).

A chamada nova classe média brasileira teve sua renda aumentada, passou a consumir mais, mas não exatamente o mesmo consumo diferenciado de grife, de viagens internacionais, serviços de educação privada, serviços de saúde privados de ponta, bebidas e comidas importadas, etc. Mas ainda assim é uma classe que busca se distinguir pelo consumo, especialmente em relação aos segmentos mais baixos da pirâmide social (classes DE).

O brasileiro quer ser classe média, quer ter carro, casa própria, empregada doméstica, poupar, viajar, sonhar e planejar uma vida melhor e se diferenciar dos segmentos mais baixos. O consumo é a principal via para distinção. E com expansão do crédito a possibilidade de consumo está aberta à maioria da população. O crédito é a principal porta para a ascensão na pirâmide social.

Partindo da discussão sobre a expansão da classe média no Brasil, o artigo buscar retratar que classe média é esta, como ela apareceu e se desenvolveu e como ela se apresenta hoje na sociedade brasileira.

II. Perspectiva histórica

A ascensão da classe média no país foi impulsionada principalmente pelas transformações por que passou a sociedade brasileira a partir da década de 1930, com um crescimento propiciado pelos processos de forte industrialização e urbanização e pelo aumento da participação do Estado na economia. Esses processos se aceleraram nos anos 60 e 70 com o chamado “Milagre Econômico”³. Até então a classe média era considerada proprietária de pequenos negócios.

A partir do avanço da industrialização no país houve a expansão do emprego assalariado e uma nova classe média surgiu, a classe média assalariada, de funcionários e gerentes de grandes empresas e de repartições públicas (a burocracia do Estado).

Nas décadas de 1980 e 1990 houve um movimento de mobilidade descendente entre a classe média, provocado principalmente pela crise do endividamento (os anos do milagre econômico foram sustentados com base no endividamento externo). Foi um período de recessão, com diversos choques heterodoxos na economia, tentativas de implementação de planos de estabilização na busca por controlar os índices galopantes de inflação.

Segundo Pochman *et al.* (2006: 23) a classe média do século XX apresentou três perfis distintos: alta, média e baixa. Na classe média alta estão pequenos e médios empresários, a alta

direção da administração pública e privada e antigos profissionais liberais de nível superior - como professores universitários, jornalistas, engenheiros, médicos e advogados. No segmento intermediário, média classe média, encontram-se postos intermediários da burocracia pública e privada, como professores do ensino médio, empregados de escritório, analistas, etc. Já no segmento baixo estão os postos de trabalho com menor qualificação, como caixas, auxiliares de escritório, técnicos em contabilidade, etc.

Já na segunda metade da década de 1970, ocorreram importantes transformações, sobretudo tecnológicas, que levaram à redução do emprego no setor industrial, a partir da adoção de novos métodos de gestão: como re-engenharia, terceirização, desverticalização da produção, etc. Isso provocou redução na hierarquia de funcionários, gerando crescente concentração de postos intermediários na estrutura ocupacional do setor terciário da economia (Pocham *et al.*, 2006: 24).

Segundo Pocham *et al.* (2006), surge um conjunto de novas oportunidades ocupacionais de classe média, indiretamente contratadas no âmbito das cadeias de produção, havendo maior ênfase na informalidade ocupacional. Os novos postos a que os autores se referem são de gestores de métodos e processos, técnicos especializados em programação de máquinas e equipamentos automatizados, analistas e investigadores em ciência e tecnologia, operadores e organizadores de atividades culturais e de entretenimento,

tecnólogos da informação e comunicação, etc. A classe média pós-industrial é moderna, compartilha valores cosmopolitas, mas opera na mesma lógica de diferenciação a partir do consumo, do status e da meritocracia.

No entanto, essa transição do emprego industrial para o terceiro setor veio como consequência da desaceleração do crescimento da economia nacional nos anos da década de 1980. Não foi sem crise que a classe média fez a transição do emprego industrial e da burocracia do Estado para postos no setor de serviços.

Em meados da década de 1990 houve uma nova tentativa de estabilização da economia brasileira, o Plano Real. Logo nos primeiros meses o Plano Real deu um novo fôlego à classe média. A paridade da nova moeda com o dólar possibilitou que a classe média voltasse a consumir viagens ao exterior, bebidas e outros produtos importados. Mas quando o câmbio artificialmente valorizado começou a se alterar, e a moeda nacional se desvalorizou novamente, a classe média começou a sentir o preço da estabilização. Alguns setores ganharam, outros perderam. Contudo, isso não impediu o aumento substancial do segmento médio, o quintil do meio: a classe C.

Mais recentemente, sobretudo a partir de 2005, houve um novo impulso no crescimento da classe média brasileira, motivado por um círculo virtuoso: a partir da expansão e da facilidade no acesso ao crédito, do controle da inflação, da estabilidade e crescimento da

economia, que deram as bases para a recuperação da oferta de empregos formais, e da expansão dos programas governamentais de redistribuição de renda, que ajudaram a movimentar ainda mais a economia.

III. E o que é ser classe média?

Para Thomas Friedman (2005) quando falamos em classe média, falamos daquele segmento da sociedade que tem um plano de ascensão social futura, um plano que está baseado sobretudo na diferenciação social pelo consumo.

Segundo os dados da pesquisa da FGV (Neri, 2010), hoje 52% da população, ou seja, metade dos brasileiros, está no estrato médio, definindo-se classe média pelos que têm emprego formal, têm acesso ao crédito e possuem um carro ou uma motocicleta. De acordo com Neri, isso significa famílias que possuem uma renda mensal entre R\$ 1.064,00 e R\$ 4.561,00.

“A classe C é a classe central abaixo da A e B e acima da D e E. A fim de quantificar as faixas calculamos a renda domiciliar per capita do trabalho e depois a expressamos em termos equivalentes de renda domiciliar total de todas as fontes. A faixa C central está compreendida entre os R\$ 1.064 e os R\$ 4.561 a preços de hoje na Grande São Paulo. A nossa classe C está compreendida

entre os imediatamente compreendidos acima dos 50% mais pobres e os 10% mais ricos na virada do século”. (Néri, 2008: 5).

Para o economista e pesquisador do IPEA, Guilherme Delgado, essa definição de classe média utilizada por pesquisas como as da FGV é muito estreita, isto porque a “classe média é um conceito mais sociológico do que puramente econômico. É um conjunto de ocupações e funções da sociedade dentro da economia que dão acesso a poder, riqueza, bens socioculturais e uma certa modernidade”. E finaliza afirmando “não vejo isto nesta classe média estatística”⁴.

Jesse Souza (2010) é outro a discordar de que se possa chamar esse novo segmento de classe média, afirmando que ser de classe média é ter acesso privilegiado a um recurso escasso de extrema importância, o capital cultural. Para ele o que vem sendo chamado de nova classe média nada mais é do que um grupo trabalhador que ele designa por “batalhadores”, buscando fugir de análises estatísticas com base em consumo e renda. Jesse Souza não vê nesse grupo o acesso privilegiado ao capital cultural, e, portanto, não vê possibilidade de designá-lo por classe média.

Segundo Gloria Bonelli (1989), a definição de classe social se dá a partir da forma como os indivíduos se diferenciam e se classificam na sociedade, e considera um bom parâmetro a mensuração da estrutura ocupacional.

Dependendo do critério utilizado pelo pesquisador para o estudo dessa diferenciação social teremos uma ou várias classes médias. O aspecto principal para a autora é a não restrição desta definição a um viés economicista e a não vinculação apenas a processos de perdas e ganhos no poder aquisitivo.

Bonelli afirma que a classe média compartilha uma visão de mundo moldada pela busca da diferenciação e reconhecimento social, sobretudo o sucesso profissional alcançado - a ascensão desta classe se deu via escolarização de nível superior, em detrimento daquela do tipo “*self made man*”.

Compartilhando uma visão de mundo, a classe média desenvolveu uma “consciência coletiva”, que se relacionou com o contexto ocupacional e com as crises econômicas que enfrentou nos anos de 1980 e 1990. Os valores de classe média convergem para a adoção de um estilo de vida diferenciado em relação às classes populares (grupo de referência comparativo, utilizado para avaliar sua situação) e de aproximação das classes altas (grupo de referência normativo, utilizado como modelo de adoção de comportamentos, uma vez que almejam pertencer a este grupo). Isto tudo se mostra a partir da busca e aquisição de bens de prestígio social e da adoção de um estilo de vida diferenciado pela via do consumo: viagens ao exterior, férias no campo ou na praia, troca constante de automóvel para o “carro do ano”, boas escolas para os filhos, título universitário,

eletroeletrônicos e eletrodomésticos modernos e de ponta, consumo de bebidas e outros produtos importados, frequência a bons restaurantes, etc.

Poshman *et al.* (2006) definem classe média pelo critério do posicionamento das famílias cuja participação financeira se localiza nos três decis mais altos da distribuição nacional da renda pessoal, desconsiderando nesta conta a participação relativa na distribuição pessoal da renda daqueles que representam o 1% mais rico do país (2006: 64). Com base neste cálculo e utilizando os dados do Censo 2000, afirmam que 31,7% das famílias brasileiras são de classe média. Essas famílias teriam uma renda partindo de R\$ 985,00 (ou 6,5 salários mínimos) e alcançando R\$ 10.982,00 (ou 72,7 salários mínimos). Esses valores pensados atualmente a partir da correção da inflação acumulada no período de 2000 a 2005 de acordo com o INPC (índice nacional de preços ao consumidor) corresponderiam ao intervalo de renda entre R\$ 1.556,30 a R\$ 17.351,56.

Os autores trazem como destaque a diferença existente entre a classe média no Brasil em comparação com a classe média em outros países no que se refere à valorização de privilégios, como o acesso a consumo de serviços pessoais – serviços como empregada doméstica, motorista particular, cozinheira, babá, segurança particular, etc.–. A dimensão do acesso aos serviços pessoais seria, então, mais uma dimensão definidora do estilo de vida da classe média brasileira. Avaliam também o padrão de

consumo da classe média brasileira baseando-se nos dados da pesquisa de orçamento familiar do IBGE (POF 2003), uma vez que o consumo é um dos principais diferenciais de caracterização da classe média, junto com a aspiração cultural e a ideologia da meritocracia educacional.

“O consumo assume um valor suplementar de relacionamento e de aparência, capaz de possibilitar identificação com elevado status social, dentro do projeto mais amplo de prosperidade fundado na ascensão e mobilidade intergeracional. (...) Com isso a classe média acaba por comprometer parcelas significativas de sua renda em gastos inversionais como roupas, habitação, diversão, educação, bem acima das despesas com “autoconservação”, como seriam as de alimentação e saúde”. (Poshman *et al.*, 2006: 88)

Comparando os gastos da classe média com os gastos dos mais pobres de um lado e da população brasileira como um todo, constatam que grande parte do orçamento da população mais pobre é comprometida com subsistência, alimentação, habitação, vestuário, higiene e cuidados pessoais, sendo que o cigarro é um gasto considerável neste segmento. Já a classe média emprega grande parte de seu orçamento familiar com educação, lazer e cultura, transporte, assistência médica e serviços pessoais.

Essa busca por manter a aparência de um status social superior ao seu real poder de compra faz com que a classe média se apóie cada vez mais no endividamento. E com a expansão do acesso ao crédito a partir de 2004 e 2005, um montante maior de pessoas passou a consumir dentro deste perfil, daí falar-se em um novo *boom* da classe média no Brasil.

Uma outra visão da classe média no Brasil é a de Bresser Pereira (2005). Segundo o autor, dadas as transformações tecnológicas e organizacionais ocorridas ao longo do século XX é possível identificar o aumento do número e do poder dos técnicos e burocratas, podendo-se falar em uma nova classe social, a classe média profissional ou “tecnoburocracia”. Isto porque o conhecimento tornou-se um fator de produção decisivo e estratégico. Assim, para o autor é possível falar-se em consolidação da democracia no país, uma vez que a democracia só se consolida em uma sociedade quando há uma maioria da população de classe média, “uma ‘nova’ classe média profissional ampla e uma ‘antiga’ classe média de homens de negócio de pequeno e médio porte” (2005: 134).

Outros autores veem dificuldades em se falar de classe média nos países latino americanos. É o caso, por exemplo, de Rolando Arellano (2008). Para este autor não existe uma clara especificação do que o conceito de classe média na América Latina significa, sendo que a região carece de uma padronização ou definição uniforme para este conceito. Por isto mesmo os

organismos oficiais de estatística destes países evitam trabalhar com o conceito de classes.

Arellano critica sobretudo a adoção dos critérios socioeconômicos, uma vez que eles se limitariam a trabalhar a partir do nível de renda das pessoas e implicariam em reforçar estereótipos equivocados. Segundo o autor estes estereótipos implicam em definir os membros das classes altas como educados, modernos, brancos, inteligentes, honrados, limpos, informados, urbanos e otimistas. Já os estratos mais baixos seriam compostos por ignorantes, tradicionais, indígenas ou não brancos (com aspiração a serem brancos), pouco informados, rurais, fatalistas, pouco arrumados e desonestos. (2008: 4).

Estes estereótipos não se aplicam ao caso do critério socioeconômico brasileiro. O Critério Brasil é utilizado em larga escala por pesquisadores e institutos de pesquisa brasileiros com a função de estimar o poder de compra das pessoas, servindo como um *proxy* de sua classe social. E o critério goza de grande credibilidade. Há no país uma uniformidade quando se fala em classe por critério socioeconômico. É claro que há limitações em sua utilização, principalmente quando se trata de discriminar os segmentos mais altos da escala social.

Outro ponto de crítica de Arellano é em relação a ausência de um projeto aspiracional na nova classe média latino americana. Para Arellano essa nova classe média criou seus próprios modelos sociais e econômicos. E por

isso a classifica como classe média divergente em oposição à classe média tradicional (tanto emergente quanto submergente). Segundo o autor, a classe média tradicional emergente é aquela que segue os padrões clássicos de crescimento social e econômico. A classe que começou a crescer nas décadas de 1960 e 1970 em diversos países da América Latina, composta em sua maioria de assalariados e dependentes indiretos das classes altas. Não são grandes empreendedores, mas esforçam-se em manter seu emprego e valorizam a educação de qualidade para seus filhos. Já a classe média tradicional submergente começou a se configurar na década de 1950 e hoje perdeu muito seu poder econômico. Esta é a classe média que se posicionava entre os grandes proprietários industriais e os operários, buscando se aproximar dos valores de classe alta, vivendo em bairros tradicionais nos países latinoamericanos. A formação da nova classe média divergente, ao contrário das classes médias tradicionais urbanas, resultou, segundo o autor, de processos recentes de migração para as grandes cidades.

Novamente cabe ressaltar aqui que quando falamos em nova classe média no Brasil estamos falando de um grupo diferente deste ao qual se refere Arellano. O cenário econômico, político e cultural brasileiro é diverso e por isso é difícil estabelecer esta generalização como classe média latinoamericana. A nova classe média brasileira guarda sim semelhanças

atitudinais em relação à classe média divergente descrita por Arellano, mas quanto aos aspectos centrais de aspiracionalidade, valorização da educação como status e segurança e a valorização do consumo diferenciado e de grife estão presentes na nova classe média brasileira.

Como vemos, há diversas definições possíveis de classe média. Pesquisadores baseiam-se em vários e diferentes critérios e aspectos objetivos e subjetivos para conceituá-la, como a educação, o nível de renda, a ocupação, o local de moradia, padrões de consumo, status, etc.

Com base em diversos estudos quantitativos e qualitativos conduzidos nos últimos anos no Brasil⁷, é possível afirmar que a classe média hoje não é um grupo homogêneo de pessoas. Há uma segmentação nesta classe média, que corresponde a diferentes aspirações. Assim, a classe média que Bonelli descreve, por exemplo, poderia ser classificada como classe média alta – ou nos padrões da pesquisa de mercado, utilizando o critério Brasil, seriam aqueles estratos pertencentes aos grupos A e B.

Teríamos a massa da classe média no estrato C, ou classe média “média” e classe média “baixa” (classes C1 e C2 do Critério Brasil respectivamente). A esta classe média, a nova classe média brasileira, chamaremos aqui de classe média popular –em contraposição à classe média tradicional e alta.

Segundo Torres (2004) “a verdadeira classe média brasileira é aquela pensada nas pesquisas de consumo como sendo a classe C.

Ela é média não apenas porque se encontra no meio da pirâmide brasileira, mas porque seu consumo, renda e escolaridade se assemelham à média do Brasil.”

Tomamos então aqui a definição de classe média, como a que se diferencia pelo padrão de consumo, e neste padrão, o perfil de consumo da classe C (dada pelo critério Brasil).

E o que é ser classe C? Segundo a pesquisa da FGV é possuir computador, celular, carro, casa ou apartamento financiado, ter acesso ao crédito, contribuição previdenciária complementar, diploma universitário, escola privada, plano de saúde, seguro de vida, carteira de trabalho (Neri, 2008: 41).

Segundo a pesquisa Pulso Brasil⁶, do instituto Ipsos, a classe C ainda está muito distante das classes AB em termos de posse de bens e serviços, sobretudo os ligados à tecnologia. A tabela abaixo indica a penetração de 17 itens nos domicílios brasileiros, classificados de acordo com o Critério Brasil. Itens como automóvel, computador e internet são os que mais diferenciam e distanciam a classe C da classe média tradicional.

Portanto, nossa definição do que é ser nova classe média no Brasil, é mais estreita do que a definição de Néri (2008). Em termos materiais, é a classe de consumo C, incluindo apenas a posse da carteira de trabalho e do acesso ao crédito para possibilitar o consumo e financiamento de bens como computador e automóvel, por exemplo, bens a que poucas famílias da classe C têm acesso atualmente.

Tabela 1

Posse de bens e serviços nos domicílios brasileiros, em %

	Total Brasil	AB	C	DE
1. Banheiro	99	100	100	98
2. Televisão em cores	98	100	100	96
3. Geladeira	96	100	99	91
4. Rádio	90	98	94	82
5. Telefone celular	69	94	80	46
6. Máquina de lavar roupa	52	96	68	17
7. Conta bancária	47	80	52	29
8. Telefone fixo	40	79	46	21
9. Cartão de crédito	35	68	41	17
10. Freezer	29	83	33	8
11. Automóvel	25	81	29	2
12. Microondas	24	66	28	5
13. Computador	23	74	26	2
14. Internet banda larga	12	48	11	0
15. Internet discada	4	11	4	0
16. TV a cabo ou por assinatura	7	27	7	1
17. Empregada mensalista	1	10	1	0

Fonte: Pulso Brasil, outubro de 2008.

Em termos simbólicos a classe que aspira a ascensão social pela via do trabalho não manual, formal, pela educação e pelo consumo.

Pesquisa recente do instituto Data Popular⁷ revela que essa classe valoriza cada vez mais a educação superior e investe em educação. Segundo conclusão da pesquisa, os jovens de classe C aspiram à ascensão social, à posse do carro zero e do celular de última geração, mas principalmente ao diploma de Ensino Superior.

É importante notar que excluímos desta categoria de classe média aqueles setores que dependem das políticas sociais governamentais de redistribuição de renda, como o bolsa família. Pois estes segmentos não gozam de autonomia de consumo suficiente para fazerem parte da classe média. Dados da pesquisa Pulso Brasil da Ipsos (2008), indicam que por volta de 18% dos domicílios de classe C tem algum morador que recebe este benefício –de acordo com a PNAD 15% dos

domicílios brasileiros são beneficiados pelo programa de redistribuição de renda.

É interessante notar, no entanto, que hoje em dia a vasta maioria da população de baixa renda no Brasil, incluindo classes C, D e E, se auto classifica como classe média, diferenciando-se dos pobres e dos ricos. Curioso também que as classes A e B costumam se classificar como classe média, numa espécie de acanhamento ao terem que se assumir como elite num país tão desigual.

IV. A nova classe média brasileira hoje e os seus desafios

Como viemos discutindo até aqui, o *boom* da nova classe média brasileira se deu não apenas pelo incremento no rendimento familiar e pela redução na desigualdade de distribuição de renda, mas também, e sobretudo, baseado na expansão e no barateamento do crédito. Assim, o avanço da classe média foi apoiado na capacidade de consumo movida a crédito. Este mecanismo de ascensão por si só já coloca em perigo a manutenção e sustentação deste contingente que ascendeu nesta nova posição. Quando o poder de consumo avança mais do que a renda pessoal e familiar este crescimento é frágil.

E esta fragilidade se agrava ainda mais num cenário de instabilidade, como a trazida pela crise econômica internacional. No entanto, no

Brasil seus impactos foram reduzidos. Não houve redução significativa do consumo interno, nem encolhimento da oferta de crédito, sendo que as taxas de desemprego se mantiveram baixas e estáveis nesses últimos anos, apesar do turbilhão internacional.

A nova classe média não retrocedeu em termos de padrão de vida e hábitos de consumo - a classe C continua a se expandir.

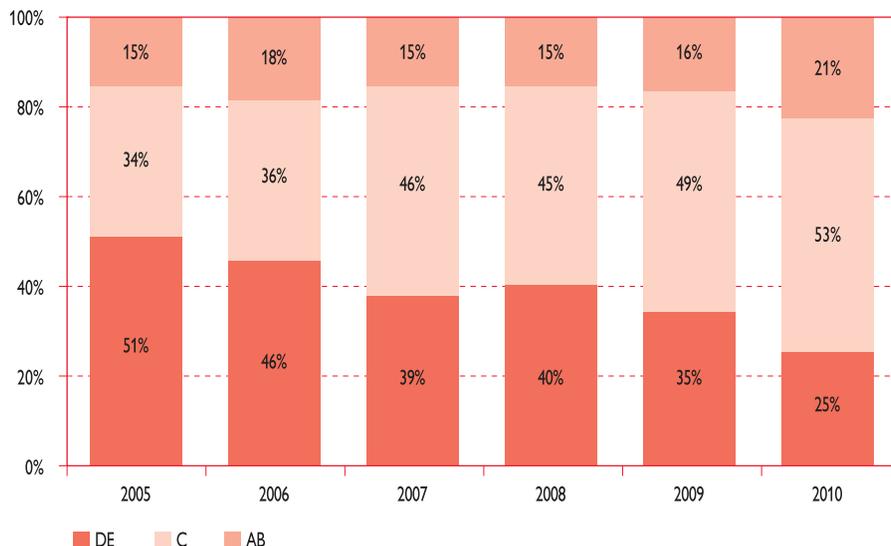
Dados da pesquisa Observador (Cetelem/Ipsos)⁸ mostram que em 2005 cerca de 34% da população brasileira estava no meio da pirâmide (classe C). Em 2007 o percentual já era de 46%, um crescimento de 12 pontos percentuais em apenas dois anos. E em 2009, a classe C representava praticamente metade da população brasileira e, em 2010, ela totaliza 53% dos brasileiros⁹.

Em números absolutos, a população brasileira passou de aproximadamente 182 milhões em 2005, para pouco mais de 184 milhões em 2006, 187 milhões em 2007 e em 2009 chegamos a praticamente 192 milhões. O que implica dizer que a população pertencente à classe média C cresceu de cerca de 62 milhões em 2005 para cerca de 93 milhões em 2009 e atingiu quase 102 milhões em 2010. Ou seja, nestes últimos seis anos foram quase 40 milhões de novos consumidores alçados à classe média.

Quando olhamos para os percentuais das diferentes pesquisas citadas pode haver pequenas variações, mas a tendência é inegável, há um *boom* da classe média brasileira, levando

Gráfico 1

Pirâmide socioeconômica brasileira



Fonte: Pesquisa Cetelem Observador, 2010.

o país ao fortalecimento do seu mercado interno de consumo.

E o que é viver como classe média? Os principais indicadores são ter emprego formal e estável, acesso à educação de nível superior, morar em casa própria, ter capacidade de poupar e planejar o futuro, ter acesso aos bens da era da tecnologia da comunicação e informação (celular, computador, internet), ter facilidade para consumir bens culturais, serviços e lazer e em termos atitudinais almejar a

ascensão social (ver Bonelli, 1989; Odougherty, 1998 e Néri, 2008).

É importante notar, contudo, que há uma diferença entre os valores abraçados pela nova classe média popular e a tradicional classe média alta. Para a classe média popular alguns desses bens não estão ainda acessíveis, e o que sumariza viver como classe média popular é ter emprego e acesso ao crédito, que garantem a capacidade de financiar os bens de consumo e dão possibilidade de almejar e planejar “subir na vida”.

Tabela 2

Renda média domiciliar em Reais (R\$)
de acordo com faixas de salário mínimo - 1996, 2001, 2006 e 2009

Rendimento médio domiciliar	1996	1996 (ajustado pela inflação)*	2001	1996 (ajustado pela inflação)**	2006	2009
até 1 salário	74	157	139	196	247	364
mais de 1 até 2	179	378	282	397	545	721
mais de 2 até 5	380	801	597	840	1133	1512
mais de 5 até 10	797	1683	1269	1785	2431	3202
mais de 10	2603	5496	3967	5581	7120	8921

*Índice de inflação acumulada IPCA=110,99% ⁽¹⁾

** Índice de inflação acumulada IPCA=40,70% ⁽¹⁾

⁽¹⁾ Fonte: Portal EXAME-Guia do Investidor.

Fonte: PNAD 1996-2009.

Tabela 3

Percentual de domicílios distribuídos de acordo com a faixa
de renda domiciliar total - 1996, 2001, 2006 e 2009

Rendimento familiar	% Domicílios			
	1996	2001	2006	2009
sem rendimento	2%	2%	1%	0%
até 1 salário	9%	12%	13%	11%
mais de 1 até 2	14%	18%	22%	21%
mais de 2 até 5	30%	34%	36%	40%
mais de 5 até 10	22%	18%	16%	17%
mais de 10	21%	14%	10%	10%
Não declarou	2%	2%	2%	1%

Fonte: PNAD 1996-2009.

Olhando para os dados da PNAD no intervalo de treze anos, de 1996 a 2009, notamos que houve uma melhora considerável no rendimento da população em geral, fruto da recuperação do valor do salário mínimo.

Ao mesmo tempo em que o valor do salário mínimo aumentou, vemos que a distribuição da renda dos domicílios em faixas de salários sofreu algumas modificações. Aumentou a concentração de domicílios com

Gráfico 2

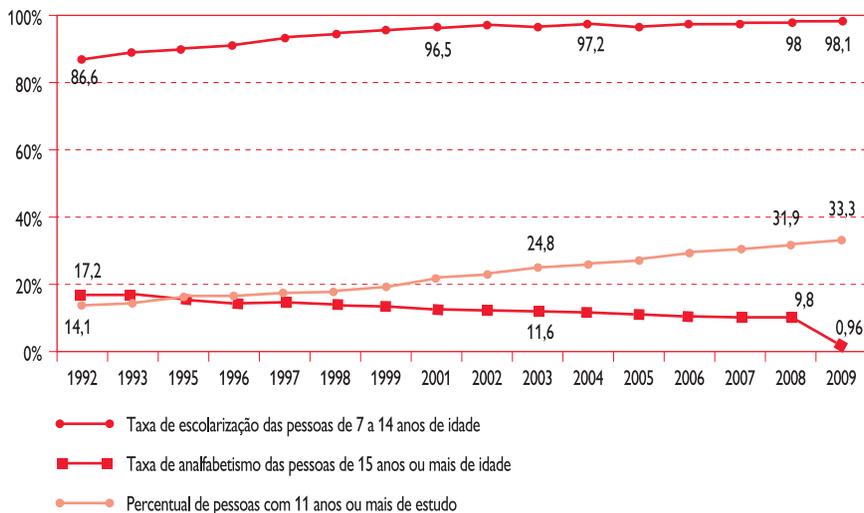
Percentual de pessoas com 25 anos ou mais segundo nível de instrução



Fonte: IBGE (PNAD 2004, 2008 e 2009)

Gráfico 3

Taxas de escolaridade e de analfabetismo (%)



Fonte: IBGE (PNAD, 2009)

rendimento entre mais de um até cinco salários mínimos e diminuiu o percentual com rendimento maior do que cinco salários mínimos – lembrando que usualmente a classe C é identificada como a que auferia mais de 2 até 5 salários mínimos.

Em suma, os dados apresentados nas tabelas dois e três nos permitem afirmar que a expansão da classe C explica-se em grande medida pelo incremento na renda familiar e pela redução na desigualdade de distribuição de renda.

No que se refere à escolaridade da população brasileira nos últimos anos, houve um grande avanço. Os indicadores de aumento de escolaridade, apresentados nos gráficos dois e três, reforçam o potencial para a formação de uma sociedade de classe média.

A nova classe média é definida principalmente pelo seu padrão de consumo e a principal porta de entrada no consumo para as classes mais baixas é via crédito. E com prazos mais longos e maior estabilidade, as parcelas passaram a caber no bolso de uma grande fatia da população, antes excluída do consumo de bens como automóveis, imóveis, viagens, etc.

O crédito ampliou sobretudo o acesso a bens de valores intermediários, eletroeletrônicos, eletrodomésticos, móveis e produtos de tecnologia e comunicação, como computadores e celulares. No Brasil, a rede de varejo Casas Bahia foi uma das pioneiras no mercado de classes populares. Com a oferta de crédito, inclusive para os trabalhadores que não têm capacidade de

comprovar sua renda (informais), dando origem ao chamado “fenômeno Casas Bahia”¹⁰, que possibilitou a milhares de brasileiros cruzarem a linha que separava as classes DE da classe C.

E como podemos observar pelos gráficos quatro e cinco, o volume de crédito não sofreu impacto decorrente da crise econômica internacional. Já a taxa de juros teve um aumento no ano de 2008, mas voltou a cair a partir de 2009. Os indicadores da economia brasileira mostram que o país tem reagido bem aos efeitos dessa crise, e conseqüentemente, o crescimento da nova classe média tem se mantido, num movimento geral de melhoria das condições de vida da população brasileira.

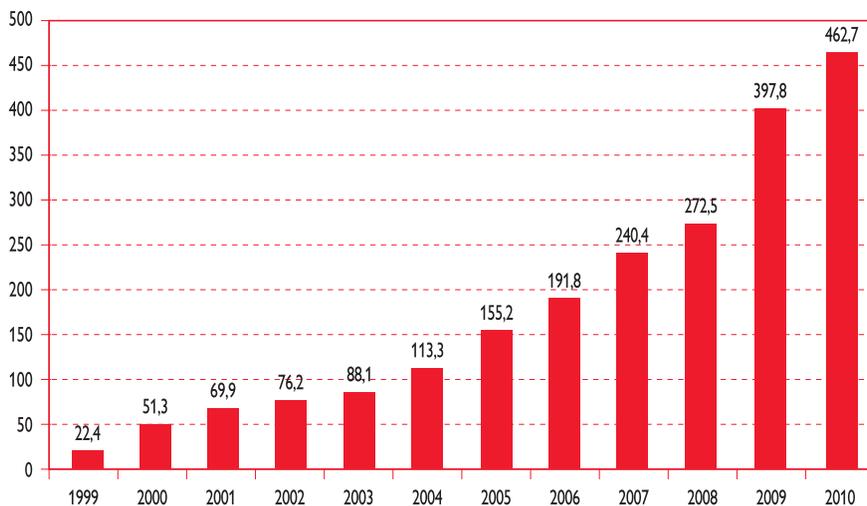
Neri (2010: 14) afirma que em janeiro de 2009 a crise chegou a atingir o bolso dos brasileiros de forma intensa, levando a um aumento de 6,8% na pobreza apenas nesse mês. Mas indica que já a partir de fevereiro de 2009 o país começou a recuperar seu ritmo de crescimento pré-crise e tem permanecido nessa tendência de crescimento.

A taxa média de crescimento do produto interno bruto do país caiu em 2009, mas em 2010 recuperou-se com força. O crescimento em 2010 foi de 7,5%, com um PIB de cerca de R\$ 3,7 trilhões, sinalizando a superação dos efeitos da crise.

A partir da figura seis podemos ver que o índice de desocupação da população vem desenhando uma tendência de queda desde o início dos anos 2000, sendo que nos últimos

Gráfico 4

Volume das operações de crédito em Reais – total pessoa física



Fonte: BACEN, 2010

Gráfico 5

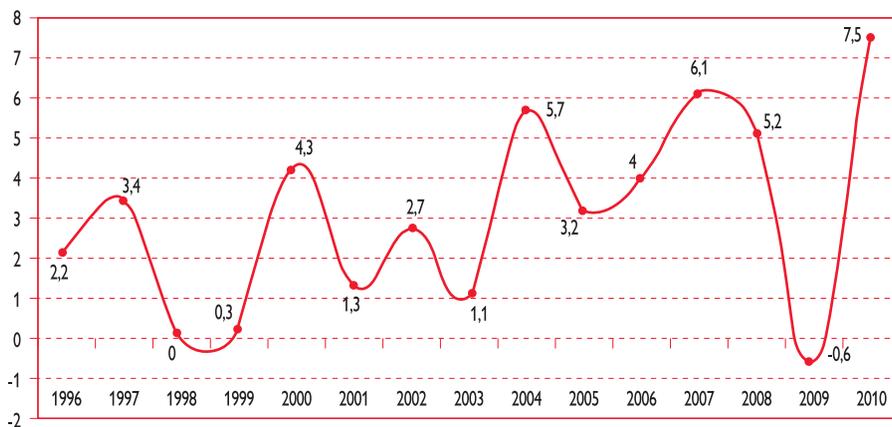
Taxa média de juros das operações de crédito - total pessoa física



Fonte: BACEN, 2010

Gráfico 6

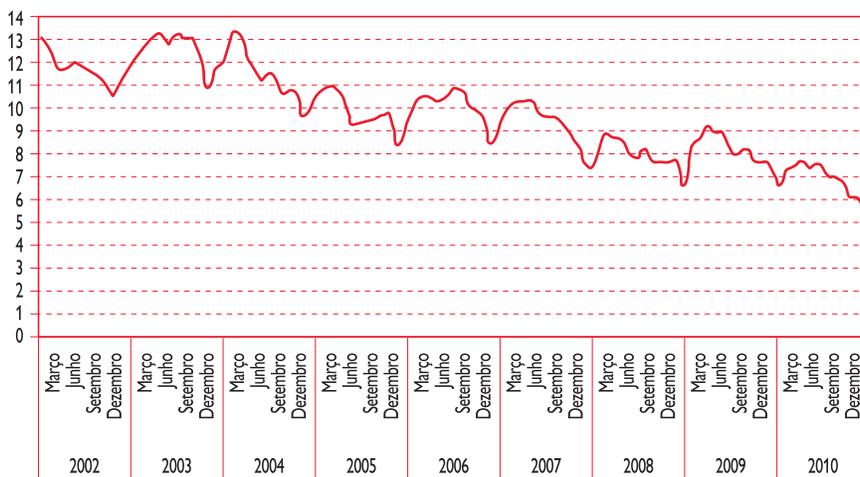
Taxa média de crescimento do PIB brasileiro



Fonte: BACEN, 2010

Gráfico 7

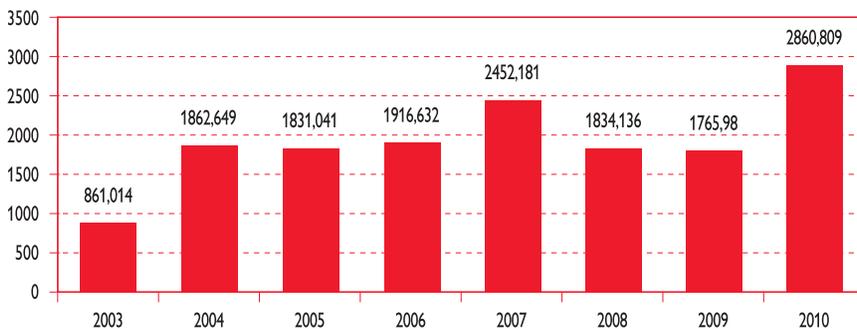
Taxa mensal de desocupação.



Fonte: BACEN, 2010

Gráfico 8

Evolução da geração líquida de empregos, total das atividades

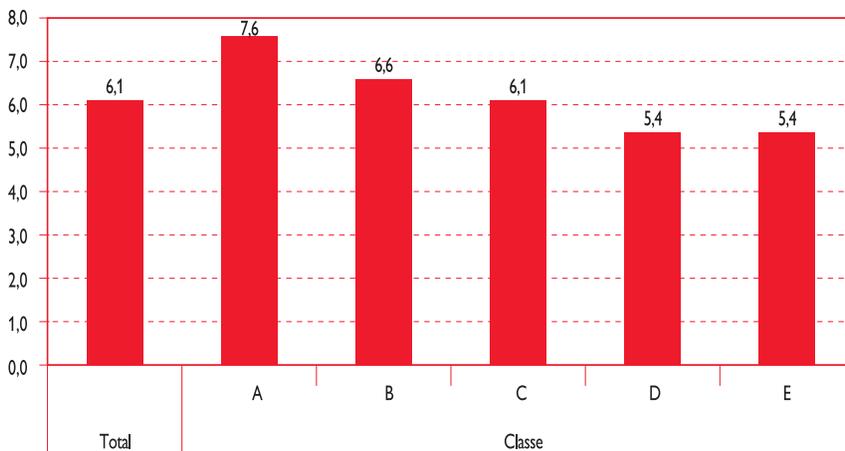


Fonte: MTE, RAIS, 2010.

Gráfico 9

Nota de 0 a 10 dada à situação financeira pessoal

Base: 1.400 entrevistas.



Fonte: CJUS FGV, 2011

Tabela 4

Avaliação da situação financeira pessoal para os próximos seis meses, de acordo com classe

Nos próximos 6 meses situação financeira pessoal estará...	Total	Classe				
		A	B	C	D	E
Muito /Um pouco melhor	64%	58%	70%	61%	61%	82%
Mais ou menos igual	30%	42%	27%	31%	32%	12%
Muito /Um pouco pior	3%		2%	4%	3%	6%
Não sabe	3%		1%	4%	4%	

Base: 1.400 entrevistas. Fonte: CJUS FGV, 2011

Tabela 5

Visão sobre o crédito, de acordo com classe

Tomar crédito...	Total	Classe				
		A	B	C	D	E
É bom	66%	85%	68%	64%	67%	71%
É ruim	28%	12%	23%	30%	31%	24%
Não sabe	6%	4%	9%	6%	2%	6%

Base: 1.400 entrevistas. Fonte: CJUS FGV, 2011

meses ela se mantém estável. E mesmo com a crise econômica internacional, o país fechou o ano de 2008 com a taxa de desocupação baixa, em 6,8%. Em 2009 a taxa se manteve e em 2010 caiu ainda mais, ficando em 5,3%.

A geração de empregos formais recuou um pouco de 2007 para 2008 e 2009, mas se recuperou novamente em 2010 e segue bem em 2011 – de janeiro a julho desse ano já foram gerados 1.452.964 empregos formais e a expectativa é fechar o ano tão bem, ou melhor,

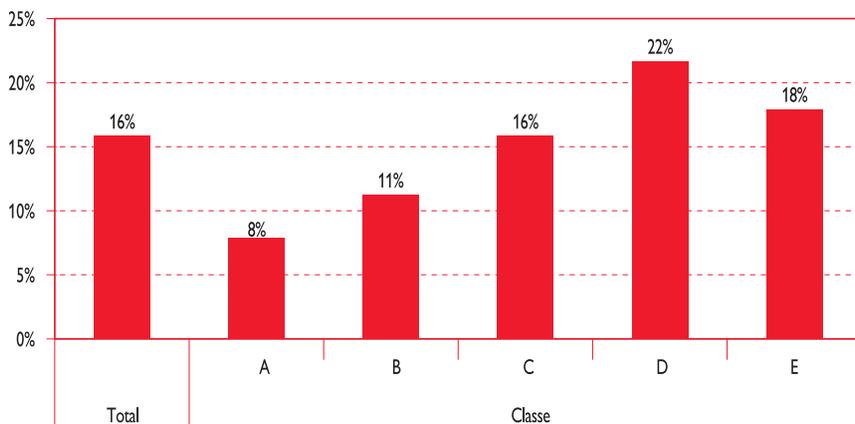
que em 2010. Segundo Neri (2010:15), a geração de empregos formais é o principal indicador da sustentabilidade do crescimento inclusivo do Brasil e o principal símbolo do surgimento da nova classe média.

E como a nova classe média percebe e avalia sua situação financeira hoje? Dados de pesquisa do Centro de Justiça e Sociedade da FGV¹³ indicam que a avaliação geral é positiva, a nota média dada a situação financeira pessoal é de 6,1. E a expectativa para os próximos seis

Gráfico 10

Percentual que tem conta atrasada

Base: 1.400 entrevistas



Fonte: CJUS FGV, 2011.

Tabela 6

Tipo de conta atrasada, de acordo com classe

Tipo de prestação atrasada	Classe				
	A	B	C	D	E
Carnê de loja	-	43%	55%	57%	67%
Cartão de crédito	-	23%	18%	12%	-
Conta de luz	-	11%	15%	34%	33%
Conta de telefone	-	17%	8%	2%	-
Empréstimo bancário (crédito pessoal)	50%	20%	8%	5%	-
Conta de água	-	-	6%	5%	-
Cheque especial (ou cheque pré-datado)	-	3%	5%	-	-
Escola / cursos	50%	-	2%	-	-
Outros	-	11%	6%	10%	-

Base: total que possui conta atrasada. Fonte: CJUS FGV, 2011

meses é de melhoria financeira. Ou seja, a classe C está otimista com o futuro próximo.

E a visão que a nova classe média tem sobre a tomada de crédito é positiva. Instados a pensar em crédito como cheque especial, cartão de crédito, crédito consignado, empréstimo bancário ou financiamento de algum bem, a maioria das pessoas de classe C avaliou que tomar crédito é algo bom.

Uma discussão importante e um desafio que permanece é o do poder de consumo avançar mais do que a renda pessoal e ocasionar o superendividamento dessa classe. Os dados não possibilitam falar em um superendividamento, mas preocupam ao indicar que 16% dos domicílios da nova classe média têm contas atrasadas – 22% dos domicílios de classe D e 18% dos domicílios de classe E.

E observando o tipo de conta atrasada que a nova classe média tem, vemos que 86% são relativas a crédito para consumo: carnê de loja, cartão de crédito, empréstimo pessoal ou cheque especial.

V. Considerações finais

A tendência de fortalecimento da nova classe média brasileira tem se mantido e resistido ao cenário global de crise econômica. E os indicadores econômicos, mais precisamente a oferta de crédito e o nível de emprego, têm sido fatores chave para garantir a continuidade dessa

trajetória de prosperidade e crescimento, alimentando o movimento de redução de desigualdades e ascensão social.

Mas apesar dos indicadores positivos, o questionamento da sustentabilidade do padrão de crescimento do Brasil persiste, indagando-se até quando o país conseguirá resistir aos efeitos da crise econômica global (Néri, 2010; Amaury de Souza e Bolívar Lamounier, 2010).

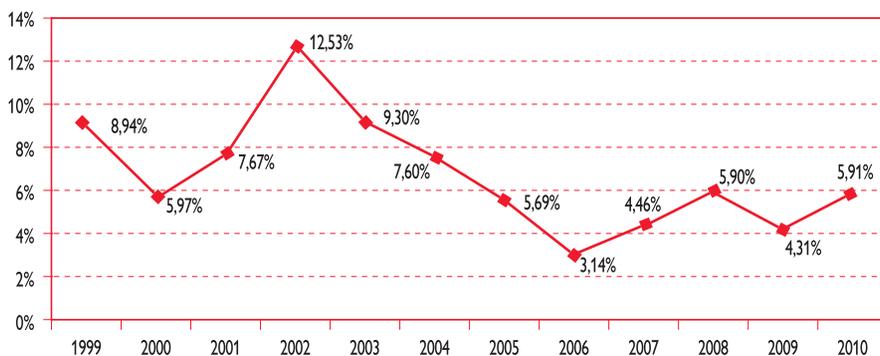
De acordo com Neri (2010: 87), a nova classe média brasileira é tida como um importante pilar de sustentação e resistência aos efeitos da crise global. É uma classe dominante tanto do ponto de vista eleitoral, consistindo em mais da metade do eleitorado brasileiro, quanto do ponto de vista econômico, detendo 46,24% do poder de compra do país - superando as classes AB, que juntas detêm 44,12% do poder de compra do país. E sua importância é tão grande que recentemente a subsecretaria de ações estratégicas do governo federal promoveu um seminário sobre políticas públicas voltadas para essa nova classe média¹².

Mas quando a capacidade de consumo é aumentada movida pelo crédito, um dado que preocupa é a inflação, que vem se mantendo relativamente sob controle em patamares baixos, mas é uma ameaça constante. O acumulado de 2011, de janeiro a agosto, já é de 4,42%.

Além do risco da inflação, Neri chama atenção para problemas estruturais que o país precisa enfrentar para consolidar as mudanças no perfil socioeconômico da sociedade, como as

Gráfico 11

Índice de preços ao consumidor (IPCA)



Fonte: IBGE, 2010

baixas taxas de poupança, obstáculos regulatórios, trabalhistas e previdenciários, e a qualidade do sistema de ensino, tido como fraco.

A grande questão que se coloca é da fragilidade e vulnerabilidade dessa ascensão da classe média, ou seja, a “nova classe média” pode retroceder em termos de padrão de vida e hábitos de consumo? Caso seu crescimento tenha sido artificial, a nova classe média não sobreviverá aos próximos anos. Nossa visão aqui é de que apesar do aumento da escolaridade média no Brasil ser um dos fatores de ascensão da classe C, enquanto a qualidade dessa escolarização formal e da educação cultural não melhorarem, a ameaça de retrocesso persistirá,

ameaçando a posição de classe média popular que milhares de brasileiros galgaram desde os patamares mais baixos da pirâmide social. O crédito foi o principal propulsor desta mobilidade social, mas se os valores e atitudes foram mesmo internalizados somente os próximos anos, quiçá a próxima década, é que possibilitará avaliarmos.

Referencias bibliográficas

- ARELLANO, Rolando (2008). "Valores e ideología: El comportamiento político e económico de las nuevas clases medias en América Latina". (trabalho apresentado no Conversatorio sobre las clases medias en América Latina. CIDOB. Barcelona).
- BONELLI, Maria da Gloria (1989). *A Classe Média do Milagre À Recessão*. São Paulo, Editora Idesp.
- BRESSER PEREIRA, Luis Carlos (2005). "Capitalismo dos técnicos e democracia". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Vol. 20 nº. 59, pp 133-171.
- CARVALHO, José Murilo de (1997). *Os Bestializados*. Rio de Janeiro, Ed. Civilização Brasileira.
- FIGUEIREDO, Angela (2004). "Fora do jogo: a experiência dos negros na classe média brasileira". *Cadernos Pagu*, vol. 23, julho-dezembro, pp.199-228.
- FRIEDMAN, Thomas (2005). *The world is flat*. New York, Farrar, Straus & Giroux.
- MILLS, Wright (1976). *A nova classe média*. Rio de Janeiro, Zahar Editores.
- MORA Y ARAUJO, Manuel (2008). "Vulnerabilidad de las clases media en América Latina. Competitividad individual y posición social". (trabalho apresentado no seminário ADI 2008, las clases medias en América Latina).
- NERI, Marcelo (2008). "A Nova Classe Média Brasileira". FGV (*disponível em*: <http://www.fgv.br/cps/classemedia> - acesso em 29/08/2011).
- _____(2009). "Crônicas de uma Crise Anunciada: Choques Externos e a Nova Classe Média". (*disponível em*: <http://www.fgv.br/cps/crise/> - acesso em 29/08/2011).
- _____(2010). "A Nova Classe Média: O Lado Brilhante dos Pobres" (*disponível em*: <http://www.fgv.br/cps/ncm/> - acesso em 29/08/2011).
- O'DOUGHERTY, Maureen (1998). "Auto-Retratos da Classe Média: Hierarquias de 'Cultura' e Consumo em São Paulo". Dados [online]. v. 41, nº2, pp. 411-444. (*disponível em*: <http://www.fgv.br/cps/ncm/> - acesso em 29/08/2011).
- OLIVEIRA, Fabiana Luci (2010). "Movilidad social y económica en el Brasil. ¿Una nueva clase media?", en Rolando Franco, Martín Hopenhayn y Arturo León (eds.) *Las clases medias en América Latina - Retrospectiva y nuevas tendencias*. Argentina, Ed. Siglo XXI.
- POSCHMAN, Márcio. PEREIRA, Marcelo; BARBOSA, Alexandre; SILVA, Ronnie; AMORIM, Ricardo (2006). *Atlas da Nova Estratificação Social no Brasil Vol.1: Classe Média Desenvolvimento e Crise*. São Paulo, Cortez.
- SOUZA, Jesse (2010). *Os batalhadores: nova classe média ou classe média trabalhadora*. Belo Horizonte, Ed. UFMG.
- SOUZA, Amaury e LAMOUNIER, Bolívar (2010). *A Classe Média Brasileira: Ambições, Valores e Projetos de Sociedade*. Rio de Janeiro, Campus Elsevier.
- TELLES, Edward E. (1993). "Cor da pele e segregação residencial no Brasil". *Estudos Afro-Asiáticos*, nº24, pp. 5-22.
- TORRES, H. (2004). "Quem é a classe média no Brasil". *Gazeta Mercantil – Opinião*. 23/03/2004.

Notas

- * Esse artigo baseia-se em texto anterior: OLIVEIRA, Fabiana Luci (2010). "Movilidad social y económica en el Brasil. ¿Una nueva clase media?", en Rolando Franco, Martín Hopenhayn y Arturo León (eds.) *Las clases medias en América Latina-Retrospectiva y nuevas tendencias*. Argentina, Ed. Siglo XXI.
- ¹ "The Unequalizing Spiral: A First Growth Model for Belindia". Lance Taylor and Edmar L. Bacha. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 90, No. 2 (May, 1976), pp. 197-218.
- ² De acordo com a ABEP (<http://www.abep.org>): "O Critério de Classificação Econômica Brasil, enfatiza sua função de estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de "classes sociais". A divisão de mercado definida abaixo é, exclusivamente de classes econômicas (...) o CCEB, como os seus antecessores, foi construído com a utilização de técnicas estatísticas que, como se sabe, sempre se baseiam em coletivos. Em uma determinada amostra, de determinado tamanho, temos uma determinada probabilidade de classificação correta, (que, esperamos, seja alta) e uma probabilidade de erro de classificação (que, esperamos, seja baixa). O que esperamos é que os casos corretamente classificados sejam pouco numerosos, de modo a não distorcer significativamente os resultados de nossa investigação. (...) Portanto, é de fundamental importância que todo o mercado tenha ciência de que o CCEB, ou qualquer outro critério econômico, não é suficiente para uma boa classificação em pesquisas qualitativas. Nesses casos deve-se obter além do CCEB, o máximo de informações (possível, viável, razoável) sobre os respondentes, incluindo então seus comportamentos de compra, preferências e interesses, lazer e hobbies e até características de personalidade.
- ³ O chamado "Milagre Econômico Brasileiro" correspondeu à aceleração do crescimento econômico, sobretudo nos anos de 1968-1973. Esse crescimento baseou-se em grande parte no financiamento externo para expansão da indústria nacional. O milagre brasileiro esteve condicionado a uma conjuntura internacional extremamente favorável (excesso de liquidez) e com a crise do petróleo iniciada em 1973 essa conjuntura se desfez. A inflação brasileira voltou a aumentar rapidamente e a dívida externa elevou-se consideravelmente.
- ⁴ Disponível em: http://www.unisinos.br/jihuonline/index.php?option=com_temacapa&Itemid=23&task=detalhe&id=1248 (acesso em 29/08/2011)
- ⁵ Por exemplo, Cetelem/Ipsos (http://www.cetelem.com.br/portal/Sobre_Cetelem/Observador.shtml); FGV (Néri, 2008, 2009 e 2010).
- ⁶ O Pulso Brasil é uma pesquisa realizada mensalmente pelo instituto Ipsos, conta com 1.000 entrevistas distribuídas em todo o Brasil, buscando representar a população adulta brasileira (a partir de 16 anos) no que diz respeito a sexo, idade, educação, condição de trabalho (população economicamente ativa) e região. Apresentamos aqui dados da pesquisa de outubro de 2008. A pesquisa foi realizada em 70 cidades e nas nove regiões metropolitanas (Distrito Federal, Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Fortaleza, Salvador e Recife). A margem de erro aproximada para a leitura dos dados totais é de três pontos percentuais, para mais e para menos.
- ⁷ Ver <http://blogs.estadao.com.br/jt-seu-bolso/nova-classe-media-e-jovem-e-esta-empregada/> e <http://consumidormodemo.uol.com.br/tendencias/educac-o-melhora-a-renda-da-nova-classe-media>.
- ⁸ http://www.cetelem.com.br/portal/Sobre_Cetelem/Observador.shtml
- ⁹ Segundo Marcelo Néri (2010), que trabalha com o critério de rendimento, a proporção da população pobre no país (classe E) que era de

34,96% em 1990, encolheu para 15,32% em 2009. A classe D encolheu de 27,17% para 23,62% no mesmo período. A classe C aumentou de 32,52% para 50,45%. A classe B cresceu de 2,96% para 5,51% e a classe A, de 2,39% para 5,10%. Ao todo, um contingente de cerca de 30 milhões de brasileiros deixaram os estratos mais carentes e ascenderam para a classe média. Néri coloca ainda que entre 2001 e 2009, a renda per capita dos 10% mais ricos no país aumentou em 1,49% ao ano; já a renda dos mais pobres cresceu a 6,79% ao ano (2010: 10). Assim, embora os percentuais dados pelas duas pesquisas (Cetelem/Ipsos e FGV) sejam diferentes, a tendência que apontam é a mesma.

¹⁰ Ver C. K. Prahalad (2003). *Casas Bahia, Fulfilling a Dream*, <http://www.bus.umich.edu/FacultyResearch/ResearchCenters/ProgramsPartnerships/IT-Champions/Casas%20Bahia.pdf>

¹¹ A pesquisa “O Consumidor Brasileiro” foi realizada pelo Centro de Justiça e Sociedade da Escola de Direito da FGV do Rio de Janeiro em fevereiro de 2011, e foi coordenada pelos professores Fabiana Luci de Oliveira e Ricardo Morishita Wada. Foram entrevistadas 1.400 pessoas a partir de 18 anos, nas áreas urbanas de todas as regiões do país. A amostra seguiu o perfil da população brasileira, conforme os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio do IBGE (PNAD 2009).

¹² Ver <http://www.sae.gov.br/novaclassemedia/>.

