

ENTREVISTA

Renato Meirelles

“Nova classe média quer ficar rica sem ser careta”



Segundo o pesquisador, se pudéssemos falar qual a cara de um jovem da classe C, seria uma mulher, jovem, conectada à internet. O sonho deles é ter uma carreira profissional meteórica e ficar ricos

MIKAELLA CAMPOS
malmeida@redgazeta.com.br

Há 10 anos, Renato Meirelles dedica sua vida ao estudo da nova classe média brasileira. O empresário e diretor do instituto de pesquisa Data Popular é entusiasta ao desenhar o perfil desse público que provocou uma mudança grandiosa nos mercados de trabalho e de consumo. “Quando penso na classe C, imagino uma mulher, jovem e conectada à internet”, destaca. Segundo ele, o aumento da renda não foi o único responsável por mudar o jeito de ser da classe média. A internet foi crucial para a formação política, social e cultural desse brasileiro, que hoje é maioria no país e deve ter sua participação ainda mais expressiva nos próximos anos. A faixa etária mais influente nessa classe é a do jovem. Meirelles afirma que o sonho desse público é ter uma carreira profissional meteórica e ficar rico sem levar uma vida “careta”.

Como a classe C se tornou o principal público do mercado?

Nos últimos anos, a classe C passou por

uma mudança radical. A renda das famílias brasileiras teve um aumento, proporcionando que muita gente migrasse da classe DE para a C. Além de questões financeiras, um dos responsáveis por essa transformação foi o jovem. Ele se tornou um brasileiro muito mais exigente. Ele tem uma posição mais crítica sobre o mundo, busca ter opinião e se informa bastante. Um dado que surpreende é que 68% dos jovens da classe C estudam mais que seus pais. Na classe A, apenas 10% estão com nível educacional superior aos dos pais.

Isso se reflete no mercado de trabalho?

O resultado dessa mudança é impactante. Enquanto o pai desse jovem iniciou a carreira como pedreiro, ele pensa em começar por cima. Quer ser supervisor de vendas, por exemplo.

Mas isso tem a ver com preconceito?

Esse jovem respeita muito a história dos pais e acredita que o trabalho deles foi importante para seu crescimento. Mas esse jovem também pensa que o seu

“

A classe A gosta de música clássica, a classe C quer dançar samba. Os ricos sonham com mulher magra, a classe média quer mulher no estilo gostosa.”

pai não teve tanta perspectiva de crescimento. No máximo, poderia virar mestre de obras, não engenheiro responsável pelo projeto. Mas o jovem atual, principalmente da classe C, busca reconhecimento. Ele quer vencer todas as barreiras para no futuro ser um grande profissional e ter uma boa posição no mercado de trabalho. Ele é muito mais ambicioso que os pais e corre atrás de crescimento sem medo de errar.

O que proporcionou essa mudança de comportamento?

A internet foi a principal responsável. Hoje, se pudéssemos falar qual a cara de um jovem da classe C, eu diria que é uma mulher, jovem, conectada à internet. Na época de seus pais, para ter informação, era preciso assistir a TV, comprar revistas, jornais e ir até a biblioteca. Mas, o jovem vive num período em que não é preciso se esforçar tanto para conseguir a informação. Ela está bem perto. Não é preciso sair de casa para ganhar conhecimento. A internet possibilitou isso. Ampliou o acesso à informação, con-

Instituto Jones dos Santos Neves
Biblioteca



“A classe B é a que mais vive em crise. Eles querem ser ricos, mas não têm o dinheiro da classe A. E acham que a classe C está invadindo seu espaço.”

“O Brasil estava acostumado a ser desigual. A infraestrutura que existe é para atender a uma pequena parcela da população.”

tribuído para um jovem muito mais participativo e engajado no seu crescimento quanto cidadão e profissional. Ele sonha em transformar tudo. Quer construir sua própria história. É um novo formador de opinião.

O que esse jovem quer da vida?

Ele tem certeza que quer se formar na faculdade. Algo que era inviável antigamente, quando seus pais também eram jovens. Era difícil até conseguir fazer o antigo 2º grau. Nem todas as cidades contavam com escolas desse nível educacional. Para chegar a um curso superior, era muito pior. Não existia Prouni, financiamento estudantil. Sem contar que o custo da faculdade era alto. Um detalhe importante é que esse jovem não quer estudar à toa. Ele quer atuar na sua área de conhecimento, algo que ainda é inviável. Nem todos conseguem emprego na mesmo setor de estudo.

Há quanto tempo você se dedica ao estudo da classe C?

Estou há dez estudando esse fenôme-

no. Durante todo esse tempo, percebi que o mercado precisou se adaptar a esse público. Essa classe passou a ter um grande potencial de consumo. Esse consumidor representa 53% da população e vai chegar a 58% até 2014. Em 2002, a classe C representava apenas 35%.

O mercado teve que lançar produtos específicos para esse público?

Até tentaram fazer isso. Várias empresas colocaram no mercado produtos específicos para a classe C. Algumas tentativas deram certo. Outras foram desastrosas. Esse consumidor é exigente. Ele não quer comprar porcarias. Ele quer ter o direito de receber produtos com a mesma qualidade que a classe AB. Ele quer viajar de avião, ter um apartamento bom, ter uma casa equipada com eletrônicos de ponta. O mercado precisou se adaptar ao padrão de vida que a classe C quer conquistar.

O sonho da classe C é ser rica?

Sim. Os jovens dessa classe sonham em mudar de vida, de ter mais dinheiro e de

conseguir estabilidade financeira para consumir mais. No entanto, com uma diferença. Eles não querem ser como a classe A. O jovem da classe média acha o consumidor da classe A “um babaca”. Então, ele quer ser rico e continuar vivendo do jeito que gosta. Ele não quer mudar seu estilo de vida. Enquanto a classe A gosta de música clássica, a classe C quer dançar samba. Os ricos sonham com mulher magra, a classe média quer mulher no estilo gostosa. A classe A gosta de tom pastel, a classe C quer tudo colorido.

Existe uma briga entre as classes devido ao crescimento da classe C?

O público A se isola. Não é afetado pelo consumo da classe C. Mas quem pertence a B é o que mais se sente prejudicado. Eles querem ser ricos, mas não tem dinheiro como o público A. Por isso, vivem em crise. A classe B acha que a C está invadindo seu espaço, frequentando seus shoppings, viajando de avião.

Com essa vontade de consumir, a clas-

se C não ficará mais endividada?

A inadimplência entre a classe C ainda é baixa. Mesmo vivendo com renda familiar média de R\$ 2.300, a classe média consegue pagar os estudos, se divertir e consumir. Para não ficar endividado, essas pessoas recorrem ao crédito mais seguro, como consignado e só fazem dívidas necessárias, como financiar a compra de um imóvel ou de um automóvel.

O país está preparado para essa nova classe C?

Ainda não. O Brasil estava acostumado a ser desigual. A infraestrutura que existe é para atender a pequena parcela da população. Agora, o país precisa investir para atender ao principal público, ampliando aeroportos, fazendo melhorias sociais. O governo precisa ouvir o que a classe C pensa, respeitar a sua opinião. A classe C não quer ser catequizado. Ele quer ter espaço para colocar suas ideias. O grande desafio para atender esse público é a desoneração tributária, o incentivo ao emprego formal e a legalização dos negócios.



65% tem pelo menos nível médio, enquanto 58% dos pais estudaram até o ensino fundamental

A maioria sonha em fazer faculdade

Boa parte da bagagem intelectual é formada pela internet

Trabalho e renda

Metade trabalha com carteira assinada

A outra parte é autônomo, empresário ou empreendedor individual

Profissões predominantes entre os jovens de até 25 anos

- Vendedores
- Recepcionista
- Operador de caixa
- Auxiliar administrativo
- Operador de telemarketing

Consumo

Quer andar de avião

Quer comprar produtos de qualidade, como eletrônicos de marca