

A FORÇA ESTÁ COM ELES

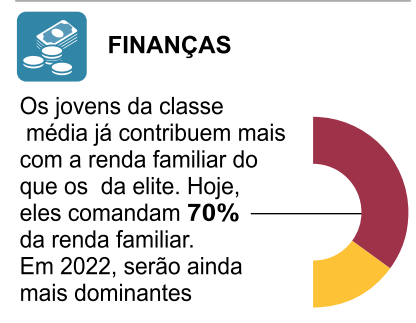
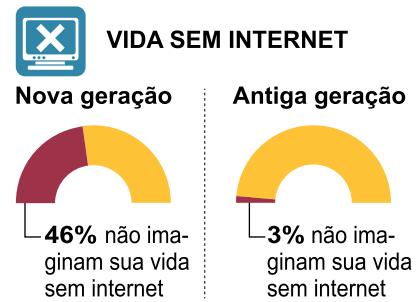
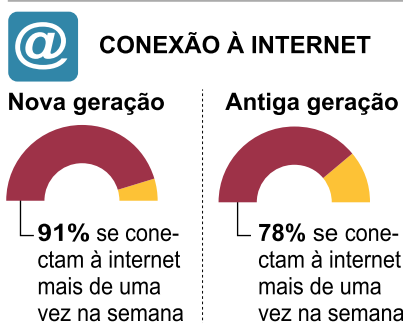
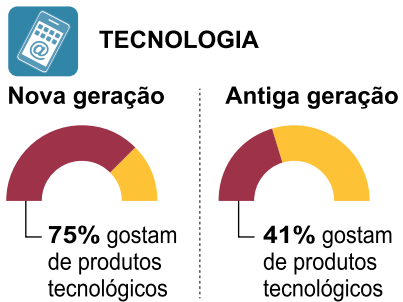
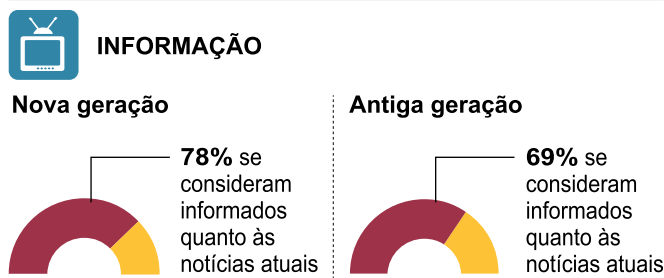
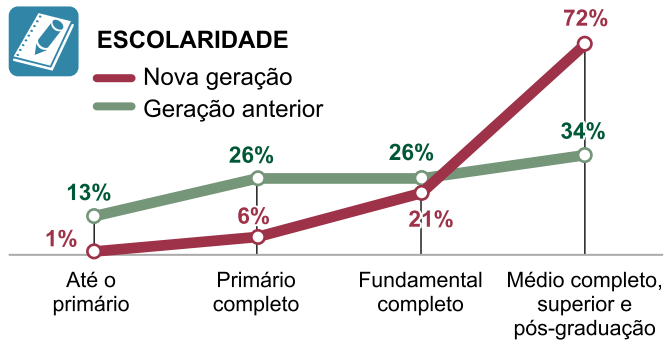
Jovens da classe xodó do mercado ganham voz e vez: contribuem com até 70% da renda familiar e se preparam para dar nova cara ao país

GERAÇÃO C

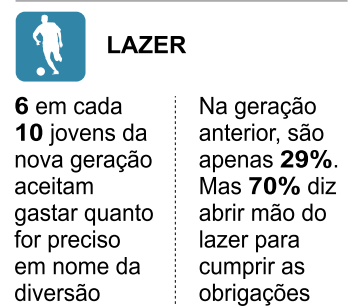
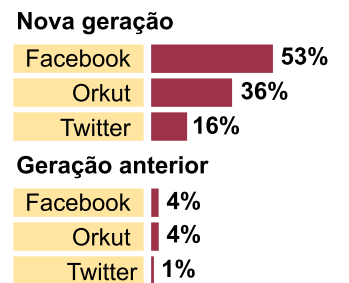
FILHOS DA CLASSE MÉDIA TÊM O PODER

O RETRATO DESSA JUVENTUDE

Veja qual é a cara dos jovens filhos da classe C e as diferenças para seus pais



SITES DE ACESSO



A Gazeta - Ed. de Arte - Gilson

MIKAELLA CAMPOS
mikaella.campos@redgazeta.com.br

Um cidadão conectado, revolucionário e contestador. Esse é o retrato da juventude da nova classe média brasileira. E ela tem ganhado cada vez mais voz para definir os interesses da família. Até na questão financeira esse público tem dominado. Além de contribuir para o orçamento doméstico, pessoas com até 30 anos influenciam os investimentos do seu lar.

Por causa do avanço educacional, os jovens são, hoje, na verdade, formadores de opinião. E a tendência é de que eles, nos próximos anos, com o acesso à informação, consigam ainda mais expandir seu horizonte ao ponto de crescer financeiramente

te e de ter renda semelhante a classe A.

Os filhos da classe média, como são chamados esses jovens, têm uma relação bem diferente de seus pais com a tecnologia. Eles não vivem mais sem internet e têm opiniões menos conservadoras sobre a mulher e a homossexualidade do que seus pais, revela o estudo "Geração C", que acaba de ser concluído pelo Instituto Data Popular.

Apesquisa analisa o perfil de um público formado por 23 milhões de pessoas, que têm de 18 a 30 anos, e renda mensal per capita de até R\$ 1.019.

E até 2022, quando estiver no auge da carreira produtiva, segundo a pesquisa, esse jovem se tornará muito diferente

dos seus pais e dará uma nova cara ao país.

Na atualidade, ele dá sinais de que já pensa diferente e que está mais aberto a avançar nos seus estudos. O plano não é apenas fazer uma faculdade.

O principal objetivo é se destacar no mercado de trabalho e para isso está disposto a ampliar seus conhecimentos com viagens, cursos de idiomas, intercâmbios e pós-graduações.

Segundo um dos sócios do Data Popular, Wagner Sarnelli, o jovem da classe média tem estudado muito mais que seus pais. Enquanto, a geração passada concluía o ensino médio, a nova geração tem se capacitado para garantir uma renda maior e o direito ao lazer e ao consumo.

"Esse jovem quer consumir produtos que não faziam no passado parte do seu repertório. O sonho dele é ser consumidor, não de bens e serviços, mas de informação. O interessante é que com isso, esse jovem vai crescer economicamente, podendo atingir a renda da classe A, mas com personalidade da C", diz.

Outra questão importante que o pesquisador aponta é sobre a capacidade decidida do jovem C. "Ele tem muito mais iniciativa que os pais e com isso consegue influenciar a todos os membros da sua família. Ele é quem passa a orientar pai e mãe e de mesmo administrar, com ideias, o negócio da família", acrescenta.

No âmbito financeiro, o jovem, por contribuir mais com as despesas da família, passa a ter direito de definir algumas questões. Nas famílias de classe C, eles chegam a contribuir com 70% de seu salário para cobrir algumas despesas da casa e garantir o conforto que sempre sonhou para sua família.

CONEXÃO

O acesso à internet é o grande responsável pelo avanço social e educacional da geração C.

Para ajudar no crescimento de uma empresa familiar, por exemplo, o jovem separa um tempo para buscar informações sobre empreendedorismo, administração de empresas e pesquisa de preços e acaba direcionando os investimentos que o negócio

deve realizar.

A marca, por causa dele, ganha um novo peso. Isso tudo porque tem absorvido mais conhecimento a partir da leitura de livros e informações na internet.

O estudo do Data Popular mostra que 78% da nova geração se considera informados quanto às notícias atuais. Um índice semelhante de público (75%) que considera tecnologia importante e que gosta de utilizá-la.

Mas quando o assunto é acesso à internet esse público se diz totalmente conectado. Cerca de 90% jovens com menos de 30 anos conectam à internet mais de uma vez na semana e 46% dessa categoria afirma não saber mais como seria sua vida sem a possibilidade de navegar.



Natural de Venda Nova do Imigrante, Isabella Brozinga viu seus horizontes se ampliarem com intercâmbio. No futuro, seus planos e ideais vão ganhar o mundo de novo

Eles querem comida, diversão e viagem

Em busca do consumo refinado, jovens da classe C não se importam de gastar parte da renda da família com diversão e lazer. Essa juventude está investindo até num novo gosto gastronômico.

“Com o aumento da renda, a classe média entrou no consumo direto sem se qualificar para isso. A nova geração é diferente. Ela se informa para comer melhor, vestir melhor, divertir-se e viajar mais”, explica Wagner Sarnelli.

O estudo do Data Popu- lar mostra que em algu-

mas regiões do país, como São Paulo, a classe média passou a gastar mais inclusive com vinhos caros.

O diretor do instituto diz que uma característica importante dessa geração é a busca por novas possibilidades e experiências. O jovem da classe média está em busca de um novo repertório para inclusive influenciar sua família e levá-la a gostar das mesmas coisas que ele.

Algo que o estudo mostra bastante é que essa nova geração da classe média brasileira tem buscado avançar

seus conhecimentos e isso tem feito com que consiga uma visão nada convencional.

A estudante Isabella Brozinga, de 18 anos, por exemplo, viu seu mundo se abrir quando fez intercâmbio. Agora, estuda para passar no vestibular da Ufes e cursar Direito.

Mas sua meta não é trabalhar por aqui. Ela, que é natural de Venda Nova do Imigrante, pensa em ir sair do país para ajudar as pessoas e dar um rumo diferente a sua carreira profissional.

Ela, que viajou para a

Bélgica para aperfeiçoar o inglês, descobriu novos conhecimentos e hoje tem colocado para sua família suas ideias.

“Eu não tento obrigá-los a ser como eu, mas eu mostro o que acredito e travo um debate saudável. Eles, por exemplo, não entendiam por que eu queria tanto fazer intercâmbio. Não achavam importante, mas eu mostrei que era e eles entenderam e aceitaram minha posição”, disse.

Entre os assuntos polêmicos que a jovem sempre

discute com os pais é sobre o casamento gay. “Eles não são contra isso, mas não entendem bem. Eu falo para eles que sou a favor do amor”, diz.

Hoje, o foco da Isabella é estudar e ter uma renda, no futuro, superior a de seus pais. Hoje, ela mora com o irmão, num apartamento, em Vitória, comprado recentemente, com muito esforço, pelos seus pais. “Só tem uma coisa que me pareço com meus pais: eu quero focar primeiro na minha carreira para depois construir a minha família”.

UM NOVO BRASIL

▼ Tendências

A partir da análise do material coletado na pesquisa, os estudiosos do Data Popular apontaram cinco tendências para a classe média brasileira em 2022.

▼ Tecnologia

A tecnologia intermediará a relação com o consumo, os serviços e o Estado. A internet e o celular tendem a ser cada vez mais utilizados para a realização de compras e denúncia dos serviços do Estado.

▼ Finanças

O passado familiar influenciará sua educação financeira. Mesmo consumindo mais que a geração anterior, o jovem de hoje é constantemente alertado pela família para a necessidade de poupar.

▼ Valor

Será uma geração que valorizará ainda mais a conquista pelo esforço próprio, a meritocracia e o empreendedorismo.

▼ Casamento

Relações conjugais tendem a se flexibilizar, e o homem precisará se reinventar.

▼ Exigente

O Estado será cada vez mais demandado como regulador do setor privado. O novo cidadão exigirá cada vez mais e com menos impostos.

50% a mais de estudo e um salto para a classe A

A nova geração C está estudando mais que o restante da família. Pesquisa do IBGE mostra que o público passa quase 50% mais tempo na escola do que seus pais, enquanto na classe A, esse aumento é de 20%.

A psicóloga Marceliny Baldo, de 27 anos, por exemplo, já está na sua segunda pós-graduação enquanto seus pais só concluíram o ensino médio.

Ela acredita ser uma filha da classe C, mas hoje devido ao estudo conseguiu avançar e, junto com o marido, têm renda de classe A.

Os pais dela eram donos de oficina mecânica e pensam bem diferente dela. “Eles não entendem, por exemplo, por que gosto de viajar tanto”.

Marceliny, que trabalha na Rhopen, uma empresa de consultoria de RH, acredita que a educação é o que tem feito o jovem a se interessar por coisas novas. “Esse jovem não quer pensar apenas no seu quadrado. Com o acesso à tecnologia, ele quer conhecer novas pessoas, visões diferentes e estar sempre informado, algo que o faz diferente de seus pais”.



BERNARDO COUTINHO

Marceliny está na sua 2ª pós-graduação; seus pais só concluíram o ensino médio