EDITORIAL

"C-lebridade"

QUE CARMINHA, QUE NADA. A GRANDE celebridade do momento é a chamada classe C. É para ela que se voltam todos os holofotes. Empresas traçam novos planos de *marketing*. Institutos fazem pesquisas e mais pesquisas para saber, afinal, o que ela quer, como consome e aonde vai. A ideia é traçar o perfil mais próximo e investigar seus hábitos e preferências nos mínimos detalhes. Se gostam de azul ou vermelho, ou preferem cinquenta tons de cinza. Não importa.

O que importa realmente é que o número de brasileiros que ascenderam à classe C chegou a 40,3 milhões de 2005 a 2011. Com isso, a classe C, em sete anos, passou de 34% para 54% da população, de acordo com o estudo feito pela Cetelem BGN, empresa do grupo BNP Paribas. E todos querem atender essa nova categoria emergente. Sim, assim como o Brasil se tornou um emergente na economia mundial, essas pessoas entraram nos diversos circuitos econômicos e estão sendo assediadas por todos.

Hoje, sete em cada dez universitários brasileiros pertencem à nova classe média, segundo estudo divulgado ontem pelo Instituto Data Popular. Conforme a pesquisa, 67,7% dos estudantes de universidades públicas e privadas fazem parte desta camada da população.

De todas as classes sociais brasileiras, no entanto, a única que gasta mais do que ganha é justamente a C, conforme estudo de consumo realizado pela consultoria Kantar Worldpanel. Isso deve ajudar a acender uma luz vermelha no painel econômico e levar todos a repensar.