

Desigualdade Consumo & Pandemia

UM PONTO DE VISTA SOBRE O MAIOR
PROBLEMA SOCIOECONÔMICO BRASILEIRO.



TEMPOS ATRÁS, A URGÊNCIA SE CHAMAVA NOVA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA. UM FENÔMENO SOCIOECONÔMICO QUE AFLIGIA O BRASIL.

UMA URGÊNCIA PARA GOVERNOS, ESTUDIOSOS E EMPRESAS.

A TORRETTA.BR COLABOROU REALIZANDO DIVERSAS PESQUISAS E ESTUDOS SOBRE ESTE ASSUNTO E EM PROJETOS PARA GRANDES, MÉDIAS E PEQUENAS EMPRESAS.

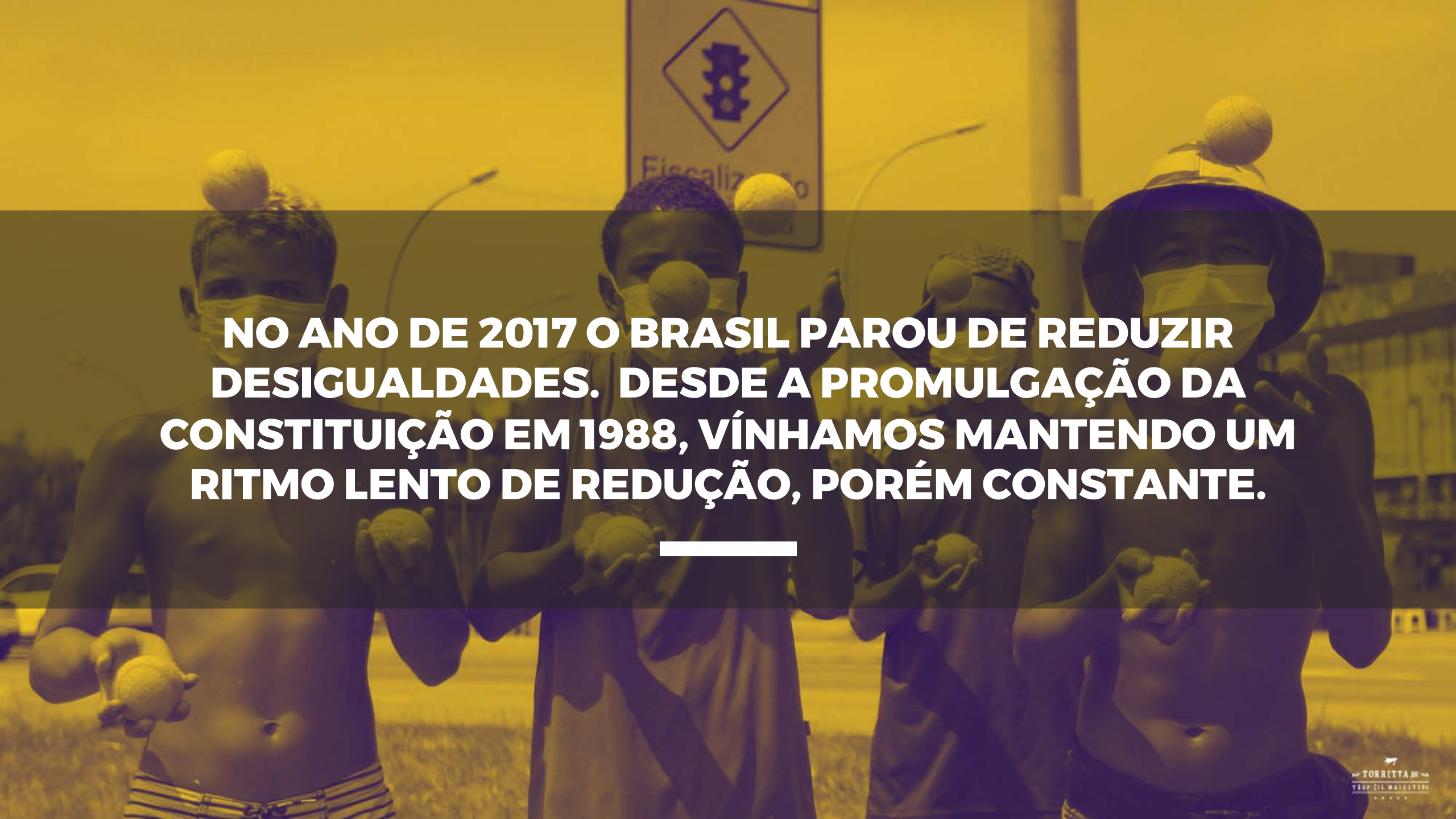
HOJE A URGÊNCIA É OUTRA, E ELA SE CHAMA DESIGUALDADE ECONÔMICA E SOCIAL.

ESTE DOCUMENTO TRAZ ESSA DISCUSSÃO PARA A MESA, CHAMANDO ATENÇÃO PARA UM TEMA DECISIVO NA CONSTRUÇÃO DO QUE SE CONVENCIONOU CHAMAR “O NOVO NORMAL” DENTRO DA REALIDADE DESIGUAL DO BRASIL.

O BRASIL É VICE-CAMPEÃO MUNDIAL DE CONCENTRAÇÃO DE RENDA: 1% DA PARCELA MAIS RICA DA POPULAÇÃO DETÉM 28,3% DO PIB. ESTAMOS ATRÁS APENAS DO CATAR (29%), SEGUNDO RELATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO HUMANO DA ONU.

6 BRASILEIROS TÊM UMA RIQUEZA EQUIVALENTE AO PATRIMÔNIO DOS 100 MILHÕES MAIS POBRES DO PAÍS. OS 5% MAIS RICOS DETÊM A MESMA FATIA DE RENDA DOS DEMAIS 95%.

10% MAIS POBRES DO BRASIL GASTAM 32% DE SUA RENDA COM TRIBUTOS; OS 10% MAIS RICOS, 21%.



**NO ANO DE 2017 O BRASIL PAROU DE REDUZIR
DESIGUALDADES. DESDE A PROMULGAÇÃO DA
CONSTITUIÇÃO EM 1988, VÍNHAMOS MANTENDO UM
RITMO LENTO DE REDUÇÃO, PORÉM CONSTANTE.**

Ao longo de muitos e muitos anos construímos no Brasil uma sociedade muito desigual. Historiadores, antropólogos e estudiosos associam esse fenômeno a uma história baseada numa sociedade escravocrata. Acredito que esse fator influencia, mas não apenas ele. Outros fatores fizeram construir a nossa história. O intelectual Darcy Ribeiro dizia que o nosso problema era o atraso das nossas elites. O atual Ministro da Fazenda, Paulo Guedes, nos diz que o atraso decorre de termos cinco bancos que controlam tudo. Mas como essa realidade impacta o nosso dia-a-dia? Como impacta o mercado e o consumidor brasileiro?



A DESIGUALDADE NO BRASIL E O MERCADO DE CONSUMO

CENÁRIO

Anos 70

Anos 80

Anos 90

Anos 00

Após uma história econômica que favorecia grande concentração de renda, a desigualdade aumentou sobremaneira nos anos 70, durante a ditadura militar. Aqui, o mercado consumidor ficou restrito às camadas mais altas da população.

CENÁRIO

Anos 70

Anos 80

Anos 90

Anos 00

A década perdida. Uma grande recessão econômica, hiperinflação e um desemprego altíssimo. A única boa notícia era a redemocratização. No consumo, vivíamos um momento crítico. Produtos e serviços restritos e atrasados, uma indústria automobilística defasada, contrabandeávamos calças jeans, uísque, produtos de baixíssimo valor. Tudo era ancorado no dólar, até o salário e as compras de supermercado. O Índice Gini que mede a concentração de riqueza era assustador, atingia seu ponto mais triste na história.

CENÁRIO

Anos 70

Anos 80

Anos 90

Anos 00

A década começa em 1993 com o lançamento do Plano Real. Pela primeira vez, um plano econômico acaba com a hiperinflação. Com isso, o consumidor brasileiro e o mercado consumidor ganham vida novamente. O brasileiro voltou a consumir. Frango, automóveis, eletrodomésticos etc. Um ano e meio depois da implantação do real, em julho de 1994, o total de brasileiros em situação de vulnerabilidade, caiu de 34,5%, em 1993, para 28,4%, em 1996. O índice Gini começava a melhorar, mas ainda assustador.

CENÁRIO

Anos 70

Anos 80

Anos 90

Anos 00

Por uma série de fatores, encontramos bons ventos para a economia. Para resumir, uma forte alta nas commodities no mercado mundial favoreceu o Brasil de uma maneira bastante positiva. No mercado interno, uma política de transferência de renda para as populações mais carentes. O resultado foi um boom econômico. O mercado consumidor cresceu. Ficou maduro. Empresas do mundo inteiro abriram filiais aqui. O nome 'Brasil' era ouvido em 10 entre 10 reuniões internacionais. O desemprego atingiu índices baixíssimos. O índice Gini continuava assustador, mas melhorava.

UM MOMENTO ÚNICO E UM NOVO CONSUMIDOR

Casas Bahia, iogurte, TVs de plasma, revigoração da economia nordestina, shoppings sendo inaugurados em todo o Brasil, Universidades para a baixa renda, funk ostentação, Anitta, capa esfuziante da The Economist, emprego para todos, estrangeiros se mudando para o Brasil. Enfim, estávamos vivendo um bom momento. **Mas o que isso mudou no mercado consumidor?**

O consumidor brasileiro mudou. Começou a ter mais dinheiro no final do mês, começou a consumir produtos e serviços aos quais nunca tiveram acesso. Mas, alguns aspectos fizeram este consumidor brasileiro mudar de perspectiva; Educação foi um deles. Pela primeira vez, milhões e milhões de brasileiros puderam entrar em uma Universidade (e não vale aqui julgar se eram Universidades de qualidade, ou não). Entrar em uma Universidade tinha um significado especial. Era um sonho, uma porta da esperança, uma possibilidade real de transformação da sociedade, mas principalmente da família. Para você ter uma ideia, na sua imensa maioria, foi a primeira vez que aquela família tinha um membro entrando em uma faculdade. Uma mudança real, concreta acontecia. Mas a concentração de renda, a imensa desigualdade ainda batia nas nossas portas.

NASCIA A NOVA CLASSE MÉDIA

A man wearing a cap and sunglasses is carrying a large basket of fruit. The background shows a market stall with various fruits like pineapples, mangoes, and tomatoes. A sign in the foreground reads "QUERO SER EMPRESÁRIO PUDO TEMER UM COMEÇO PAÇOCA".

NÃO APENAS UMA MUDANÇA QUANTITATIVA, MAS UMA MUDANÇA QUALITATIVA



Mesmo com o boom econômico abraçando todas as classes econômicas, a desigualdade ainda existia, era enorme, não estava resolvida.

A desigualdade trazia várias consequências:

1) As empresas perceberam que elas não sabiam quem era esse novo consumidor, não conheciam seus hábitos, seus costumes, seu valores, as acentuadas diferenças culturais regionais, enfim, não conheciam quase nada.

2) O estranhamento dos mais ricos com a entrada dos mais pobres neste mercado consumidor. Os mais ricos ficaram absurdamente incomodados. Reclamaram da presença dos mais pobres nos aeroportos, nos aviões, nos shoppings centers e quando os mais pobres começaram a usar as mesmas marcas dos consumidores mais ricos.



**A DESIGUALDADE
NO BOOM
ECONÔMICO**

Mesmo com o boom econômico abraçando todas as classes econômicas, a desigualdade ainda existia, era enorme, não estava resolvida.


A desigualdade trazia várias consequências:

3) A terceira consequência foi a classe mais baixa entender que a desigualdade criava uma barreira social. A ascensão através do consumo e o acesso a certos produtos e marcas não tornava todos os brasileiros iguais. Não bastava apenas frequentar os mesmos lugares, comer as mesmas comidas. Isso gerava uma tristeza e uma desilusão muito grande. Mas como a economia estava quente, essa desigualdade gerava poucos embates sociais. Um deles, talvez o mais simbólico, tenha sido o chamado “rolezinho”, um grupo de jovens de periferia marcando encontro nos shoppings mais ricos de São Paulo. Os administradores dos shoppings chegaram a chamar a polícia para impedir a entrada dos mais pobres nas suas instalações. Estavam escancarados o preconceito e o abismo que separavam os grupos da população.



A DESIGUALDADE NO BOOM ECONÔMICO

A DESIGUALDADE E A SUA PEQUENA MELHORA

A photograph of two young women with dark hair and bangs, wearing black tops, standing close together at a night party. The woman on the right has a tattoo on her left arm. The background is dark with blurred lights and other people.

Tivemos alguns avanços na redução das diferenças na última década. Isso é constatado nos números do IBGE, PNAD, GINI. Mas a desigualdade continuava enorme. Porém, talvez mais grave que a própria desigualdade, é que o Brasil não a discutia. As classes mais altas pareciam não querer olhar, não querer resolver este grande problema. Pior, parecia mesmo que para eles, o problema não existia. Mesmo com o boom econômico, a desigualdade continuava ali, com uma grande presença não admitida.

A DESIGUALDADE VOLTA A CRESCER

A CRISE E O RETROCESSO DA DESIGUALDADE

Depois de 2014, o Brasil entrou numa grande crise econômica. Os ganhos realizados nos anos anteriores estavam escorrendo pela mãos. A discussão sobre a concentração de riquezas parecia ter sido engolida por discussões políticas e econômicas. Ou seja, o nosso padrão de ignorar a desigualdade social continuava intacto. E ainda pior que um país desigual, continuávamos um país desumano.

DESIGUALDADE: A VOLTA DA CONVERSA

“86% creem que o progresso no Brasil está condicionado à redução de desigualdade entre pobres e ricos.”

Alguns anos depois, em 2019, começamos a ver o tema desigualdade social tomar conta da imprensa. O ponto de atenção foi uma pesquisa financiada pela ONG OXFAM. Além de uma recessão econômica que colocava nas ruas mais de 12 milhões de desempregados. Milhões de pais de família sem salário e sem perspectiva alguma.



The image shows a screenshot of the Oxfam Brasil website. At the top, there is a navigation bar with the Oxfam logo and the text "OXFAM Brasil". To the right of the logo are links for "QUEM SOMOS", "O QUE FAZEMOS", "PARTICIPE", "NOTÍCIAS", and "BLOG". A red button labeled "DOE" is positioned on the far right. Below the navigation bar is a large banner featuring a photograph of a group of people. Overlaid on the banner is the text "PESQUISA NÓS E AS DESIGUALDADES 2019" in white, bold, uppercase letters. At the bottom of the banner, there is a small text block: "A Oxfam Brasil traz aqui os resultados da segunda pesquisa de opinião sobre desigualdades no Brasil realizada com o Instituto Datafolha, como contribuição ao debate sobre o tema. Foram entrevistadas 2.086 pessoas em 130 municípios brasileiros, de".

DESIGUALDADE: A VOLTA DA CONVERSA

77% concordam com o aumento dos impostos de grandes fortunas para financiar políticas sociais.

52% concordam que negros ganham menos por serem negros.

DESIGUALDADE: A VOLTA DA CONVERSA SOBRE O TEMA

No mesmo ano de 2019, algumas outras pesquisas foram publicadas, algumas reportagens na imprensa. Se já chegava à imprensa, na vida real a recessão engolia as classes mais baixas. Vejamos alguns pontos levantados naquele ano:

1

A população de baixa renda sentia saudade daqueles anos da década passada, em que viviam o consumo possível, a perspectiva de ascensão social, de verem seus filhos entrarem na universidade.

2

A população de baixa renda tinha plena consciência da desigualdade social e econômica.

3

As classes mais altas verbalizavam que sabiam sobre a desigualdade social e econômica. Mas diziam que:

- _ As classes mais baixas supervalorizavam essa desigualdade, que ela não era tão grande assim.
- _ Achavam que não tinham responsabilidade sobre a desigualdade socioeconômica no Brasil.
- _ Achavam que isso afetava pouco o seu dia-a-dia.

O DIA A DIA DA DESIGUALDADE

Falta Estado nas favelas, nas comunidades em todo o Brasil. Falta segurança, falta saúde, falta educação, falta infraestrutura; vidas em condições sub-humanas, famílias grandes em casas muito pequenas, mas o pior de tudo: falta empatia das classes mais altas em relação às classes mais baixas. Os mais pobres se sentem excluídos das conversas, dos objetivos, dos planejamentos estratégicos, dos sonhos dos grandes executivos, dos políticos e dos governantes. Uma angústia enorme toma conta do estômago das classes mais baixas. Quando perguntados sobre a expressão Nova Classe Média brasileira, eles dão risada. Não sabem se é um elogio ou uma infâmia. Já o morador do Leblon odeia essa expressão. Acha que classe média é ele.

Porém, a discussão sobre a desigualdade ganha novos contornos. Os mais pobres estudaram mais nestes últimos anos, tem mais consciência, têm acesso à internet, são mais informados, sabem mais dos seus direitos. Uma mudança radical vem acontecendo na periferia.

CRISE ECONÔMICA E A POLITIZAÇÃO DAS CLASSES MAIS BAIXAS

Se o governo Temer trouxe um alento nas reformas, não trouxe mais nada à grande população brasileira. Foi prometido que aquelas reformas iriam fazer surgir do nada milhões e milhões de empregos. Nada aconteceu. Pareceu que as reformas interessavam apenas aos mais ricos, brancos e poderosos. Naquele momento, as classes mais baixas entenderam que tinham sido enganadas pelas classes mais altas.

Os movimentos de empoderamento das favelas ganham mais forças. A CUFA, a maior central de favelas do Brasil, ganha uma força exponencial. Bolsonaro ganha as eleições presidenciais prometendo moralidade e uma nova política. O povo continuava a sonhar com empregos.



Gerando Falcões, Central Única das Favelas, AfroReggae, MTST, muitos movimentos políticos estão aflorando em toda periferia brasileira.

Movimentos femininos também vêm florescendo pelos quatro cantos do Brasil. Podemos constatar que as populações de baixa renda estão em um movimento sólido e constante de politização. Essa politização vai gerar incômodos necessários.

Um outro ponto a destacar é que se durante anos e anos dizíamos que a população brasileira não tinha educação financeira, e que por isso mesmo ela vivia se endividando para comprar eletrodomésticos e celulares. Hoje vemos que a pessoas já não são tão alheias a este tema. Pesquisas revelam que hoje todos sabem que os juros bancários são uma praga que assola o país. Uma evidência disso foi que Ciro Gomes nas eleições de 2018 prometeu tirar os milhões de brasileiros do SERASA.

Hoje a Febraban está se articulando para enfrentar esta grande guerra de “narrativas”. Uma guerra difícil que é convencer os brasileiros que os juros não são tão altos. Durante a pandemia, assistimos que essa guerra será difícil. Um grande banco resolveu doar R\$ 1 bilhões para o combate; mesmo assim, as redes sociais foram implacáveis. Nos grupos de Whatsapp, os empresários reclamam dos bancos de maneira enfática. A história coloca os bancos em posição de se tornarem os grandes vilões da historia nos próximos anos. Os vilões da desigualdade brasileira.

O DIA A DIA DA DESIGUALDADE

A PANDEMIA E A “DESCOBERTA” DA DESIGUALDADE —

Crise sanitária, agravamento da crise econômica, crise política. A pandemia nos trouxe uma nova realidade, uma realidade cruel. Colocou em evidência a desigualdade social brasileira. As classes mais altas assistem o desespero das classes mais baixas que moram em casas sem saneamento básico, que moram em bairros sem estrutura social, que são atendidos por um sistema de saúde precário, que não podem prever o dia de amanhã.

Filas imensas se formaram em frente à Caixa Econômica Federal, enquanto milhões de pessoas da classe média alta estavam de quarentena em suas casas. As classes mais baixas assistem o Governo Federal distribuir uma ajuda de R\$600,00. O Brasil descobre que milhões e milhões de pessoas não estavam no sistema bancário ou no sistema do Governo Federal. Mas, enquanto isso, pessoas de determinados grupos ainda diziam que o povo estava adorando não trabalhar, estava adorando receber R\$600,00 do governo, porque esse dinheiro era superior ao Bolsa Família.



“A pessoa não tem como ficar em casa. Na busca pelas necessidades básicas, sai para a rua, correndo o risco de pegar o vírus, pois a outra opção é ficar em casa com fome e sem dinheiro”

Morador de favela

A PANDEMIA DA DESILUÇÃO

"Devemos ter nossas próprias políticas públicas e criar alternativas por causa da ausência do governo"

Gilson Rodrigues, líder comunitário de Paraisópolis

"Se álcool gel não é uma realidade aqui, então a gente distribui garrafas pet com água e sabão para as pessoas"

Anna Karla, líder comunitária

Brazil Journal

14/05/2020

Como reabrir a economia: o plano gaúcho e o modelo Paraisópolis

[Publicado em](#)

Coordenados pelo líder comunitário Gilson Rodrigues e orientados pela Faculdade de Medicina do Einstein, pelo Sírio Libanês e a ONG Parceiros da Educação, os 100 mil moradores de Paraisópolis estão dando um show de organização, inteligência e solidariedade.

A PANDEMIA DA DESILUÇÃO

Em Paraisópolis três ambulâncias foram alugadas pelas lideranças a um custo diário de R\$ 5.000).

"As ambulâncias do Samu não entram aqui. Então, esse é o jeito para salvar vidas"

Gilson Rodrigues, líder comunitário de Paraisópolis

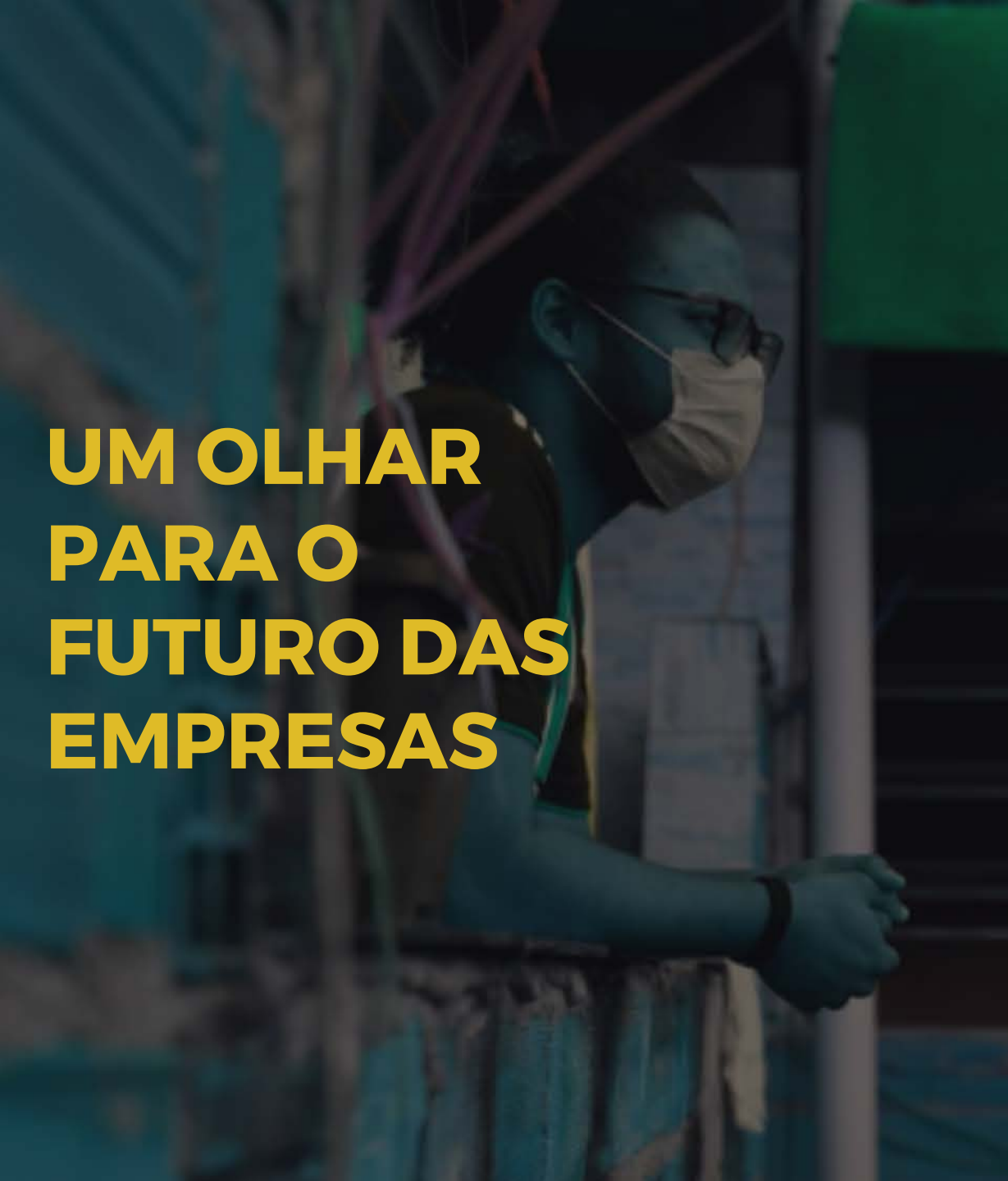
UM OLHAR PARA O FUTURO

Nestes tempos de pandemia o exercício da futurologia é abundante. Uns dizem que a humanidade vai sair melhor do que entrou, outros dizem que o home office chegou para ficar, outros dizem que experimentaremos um “novo normal”. Mas parece que nesses exercícios de futuro que assistimos, o assunto desigualdade social pouco existe. Desigualdade social vai influenciar o Brasil nos próximos anos, a política nos próximos anos, o mercado consumidor nos próximos anos. E por isso mesmo nos cabe formular algumas questões que vão delinear este futuro:

_se tudo continuar deste jeito, poderemos ter convulsões sociais aqui no Brasil?

_a agenda política/eleitoral vai voltar a ser pautada na questão crescimento/emprego?

_as empresas e as classes mais altas vão colaborar com questões que ajudem na redução da desigualdade?




UM OLHAR PARA O FUTURO DAS EMPRESAS

Se você representa uma empresa, seria bom questionar-se:

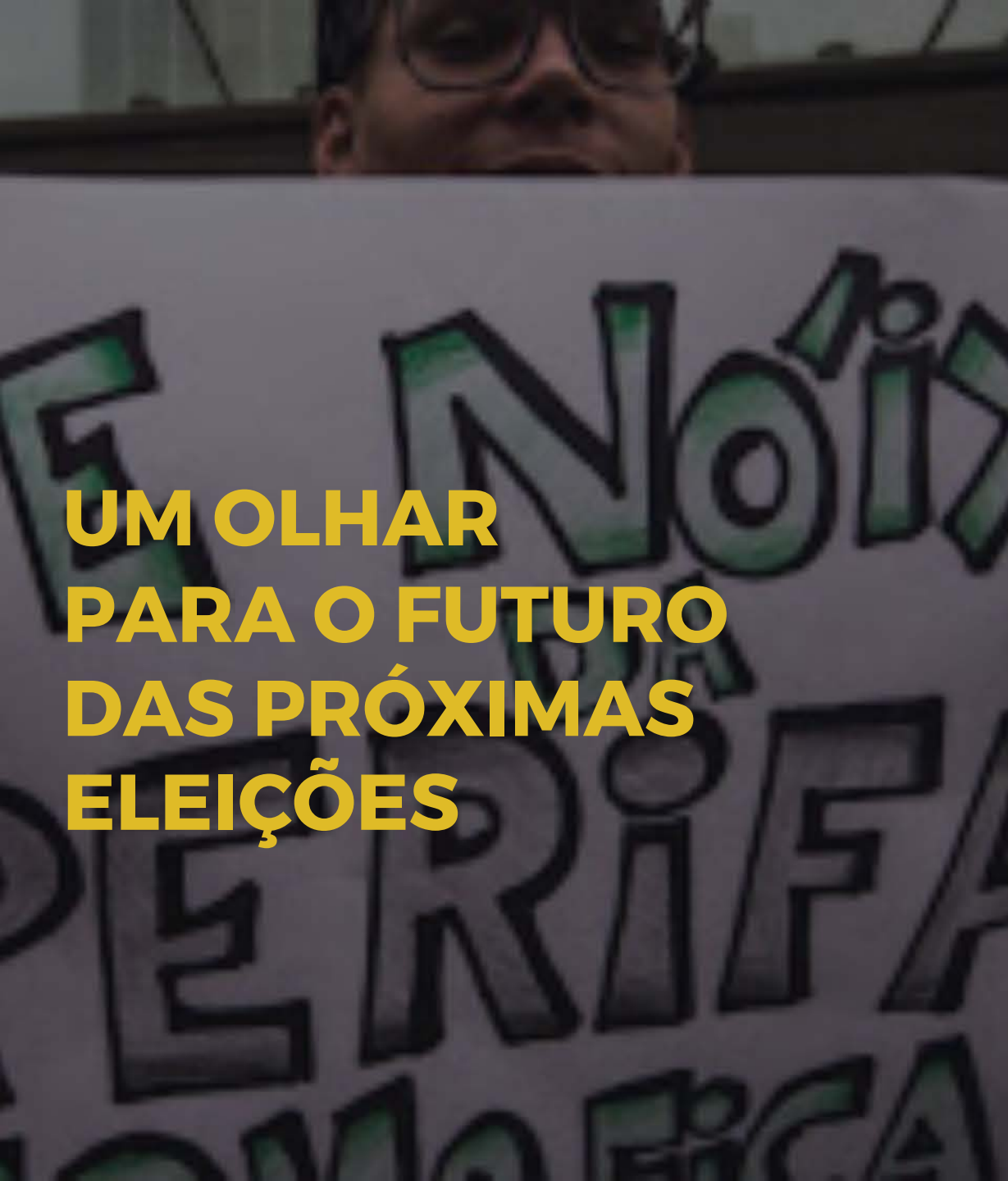
1. Eu tenho informações suficientes pra entender a concentração de renda no Brasil?
2. Minha empresa terá alguma ação positiva em relação a concentração de renda brasileira?
3. Minha empresa no seu planejamento estratégico levará em consideração as consequências da concentração de renda?
4. O mercado consumidor onde atuo espera alguma ação da minha empresa?
5. Os meus consumidores esperam que a minha empresa realize alguma ação sobre esta questão?
6. É possível a minha empresa não participar efetivamente desta questão?

Se você faz parte de governo federal, estadual ou municipal, questione-se sobre:

1. Eu tenho todas as informações necessárias a respeito da concentração de renda no Brasil.
2. No planejamento estratégico do meu governo existe alguma ação positiva em relação a concentração de renda?
3. Os atores do governo que eu faço parte possuem algum discurso ou alguma ação a respeito deste grande problema brasileiro?
4. Existe a possibilidade de um governo não entender e atuar sobre este problema nos próximos anos?



UM OLHAR PARA O FUTURO DO PODER PÚBLICO

A man with glasses is holding a banner with graffiti text. The text on the banner includes 'E NOITE', 'ERIFA', and 'OMEFICA'.

UM OLHAR PARA O FUTURO DAS PRÓXIMAS ELEIÇÕES

Se você faz parte da construção de um programa de governo para as próximas eleições municipais deve se fazer as seguintes questões:

1. Eu tenho todas as informações necessárias a respeito da concentração de renda no Brasil?
2. Na construção do programa de governo do meu candidato a prefeito ou a vereador está sendo tratada esta questão?



ANDRÉ TORRETTA

André Torretta é cientista político, escritor, palestrante e publicitário. É considerado um dos maiores especialistas brasileiros em classes populares. Trabalhou nas maiores agências de propaganda do Brasil como Diretor de Criação e Planejamento. Em 1994, começa a atuar em Marketing Político. Foi estrategista e coordenador de campanhas no Brasil, Argentina e Bolívia. Trabalhou em mais de 50 campanhas, e para mais de 30 governos de Estado e prefeituras. Esta experiência fez com que consolidasse sua expertise nas condições socioeconômicas das classes mais populares. Em 2001 começa a prestar serviços para a iniciativa privada.

Em 2008 funda A Ponte Estratégia, uma empresa especializada na Nova Classe Média brasileira. A Ponte presta serviços de consultoria em negócios, marketing e comunicação, realiza trabalhos de inovação, co-criação, futurismo e design thinking. A Ponte já realizou trabalhos para empresas como a AmBev, Casas Bahia, Itaú, Claro, Gol, Glaxo entre outras. Já realizou centenas de palestras para empresas e instituições. Escreveu os livros “Como Ganhar o Seu Voto”, “Mergulho na Base da Pirâmide” e “E agora, vai? Oportunidades e tendências para atuar no Brasil do futuro” e participou do livro “Redes Sociais na Política”.

FONTES E REFERÊNCIAS

- Pesquisas realizadas pela Torretta.br
- Índice GINI
- PNAD
- A ideologia alemã de Karl Marx
- Batalhadores Brasileiros de Jessé Souza
- Uma História da Desigualdade: a concentração de renda entre os ricos no Brasil (1926-2013) de Pedro H.C. Ferreira de Souza
- O abismo dentro de São Paulo que separa Kimberly e Mariana. In: El País, 29/11/2018.
- 10% mais ricos contribuem para mais da metade da desigualdade no Brasil. In: El País, 19/09/2018.
- Relatório Desigualdade 2018/2019 - OXFAM
- Pesquisas e estudos da Fundação Getúlio Vargas
- A economia da desigualdade de Thomas Piketty
- Distribuição de Renda no Brasil – vários autores
- Relatório de Desenvolvimento Humano -ONU



TORRETTA.BR

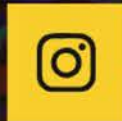
TROPICAL MARKETING



torretta@torrettabr.com
+55 11 99121-8264



ANDRE TORRETTA



@ANDRETORRETTA