

Levantamento da Serasa abrange consultas feitas pelas seguradoras entre janeiro e março

O grupo composto por moradores das periferias brasileiras de até 35 anos de idade é o quinto entre os que mais contratam seguros no país e o que mais possui cidadãos entre os 11 grupos dominantes da sociedade brasileira, segundo estudo divulgado pela Serasa Experian. De todos os consumidores que tiveram consultas de crédito feitas pelas segurados no período entre janeiro e março de 2015, o grupo, considerado um dos protagonistas da ascensão da nova classe média, é responsável por 9,74% dos contratos.

Pessoas entre 30 e 60 anos que possuem boa escolaridade e padrão de vida relativamente confortável são os que mais contrataram seguros, formando o grupo de Adultos Urbanos Estabelecidos com 26,07% do total, seguido pelas Elites Brasileiras (19,29%), que engloba adultos acima de 30 anos, com alta escolaridade, bem-empregados ou donos do próprio negócio, desfrutando de alto padrão de vida.

A lista segue com os Donos de Negócio (13,92%), grupo composto predominantemente por homens, na faixa de entre 25 e 55 anos e com negócio próprio. Em seguida, vem a Juventude Trabalhadora Urbana, ou seja, indivíduos em sua maioria com até 35 anos, solteiros, moradores das regiões metropolitanas e grandes centros urbanos.

O grupo de Jovens Adultos da Periferia, que aparece na quinta colocação, detém a maior parcela de cidadãos entre as segmentações com 16,8% da população. Os perfis foram estabelecidos pela Mosaic Brasil, usado como modelo de segmentação do mercado consumidor brasileiro da Serasa Experian e leva em conta dados socioeconômicos, demográficos, geográficos, comportamentais, de consumo e estilo de vida.

A classificação segue com os grupos Massa Trabalhadora Urbana com 6,72% dos contratos, Habitantes de Áreas Rurais (4,15%) e Experientes Urbanos de Vida Confortável (4,15%). Os grupos com menos participação foram Moradores de Áreas Empobrecidas do Sul e do Sudeste (3,23%), Habitantes de Zonas Precárias (1%) e, por último, o grupo denominado "Envelhecendo no século XXI" com 0,69%.

Entenda cada grupo

Grupo A - Elites Brasileiras

Adultos acima de 30 anos, com alta escolaridade, bem-empregados ou donos do próprio negócio, desfrutando de alto padrão de vida. Moradores dos centros urbanos ou das metrópoles, com idade bem distribuída entre os 30 e 70 anos. Com escolaridade e renda altas, a maioria é casada e vive com a família há muito tempo no mesmo endereço. Também podemos encontrar uma boa parcela de solteiros ou divorciados, com ou sem filhos. Vivem nos bairros de maior prestígio dos centros urbanos do País, em apartamentos ou casas de alto padrão, com mais de dois banheiros e mais de uma vaga na garagem.

Apesar de viverem em amplos espaços, em média apenas três ou quatro pessoas residem nesses locais. A maioria é composta por funcionários altamente qualificados do setor público ou privado, e 3 em cada 10 são empresários.

Em geral, são profissionais bem-sucedidos - no auge de suas carreiras profissionais ou em momento de significativa ascensão - que vivem com conforto e luxo. Têm acesso aos melhores restaurantes, às melhores livrarias, aos shoppings mais luxuosos. Viajam com frequência, fazem compras no exterior e costumam ter vida cultural ativa.

Em função de possuírem escolaridade e renda elevadas, costumam ter acesso aos melhores produtos e serviços de tecnologia. Possuem amplo acesso à internet no trabalho, em suas residências ou através de dispositivos móveis.

Costumam realizar compras on-line, seja em sites nacionais ou internacionais. Em muitas casas, ainda há empregados domésticos mensalistas, o que vem se tornando cada vez mais raro.

Têm acesso aos mais variados meios de comunicação, sendo os mais utilizados: TV por assinatura, internet e jornal. São o principal público leitor do País e com o maior poder de escolha em relação aos conteúdos acessados.

São, em geral, clientes diferenciados nos diversos bancos em que possuem conta, os chamados clientes VIP. Assim, o acesso ao crédito é amplo. Muitos possuem linhas de crédito especiais e mais de um cartão de crédito.

O padrão de vida atual lhes permite acreditar em um futuro bastante confortável, embora sejam receosos quanto à violência. São abertos às novidades e pouco conservadores, porém, apresentam características mais tradicionais em alguns aspectos, como relação aos valores familiares.

Grupo B - Experientes Urbanos de Vida Confortável

Moradores de áreas urbanas, maduros, desfrutando de um bom padrão de vida. Grande parte deste grupo é composta por pessoas de meia-idade, com uma longa trajetória profissional e estabilidade financeira.

Possuem escolaridade média e uma boa renda, compatível com sua qualificação: 6 em cada 10 trabalham na iniciativa privada e possuem bons salários se comparados à média nacional, ainda que compatíveis com a escolaridade média que apresentam. Há, ainda, uma parcela de aposentados e pensionistas. Vivem em ambientes urbanos, em geral nas capitais, em domicílios compartilhados com sua família estendida. O tipo de moradia mais comum são casas de médio a alto padrão, com três a quatro pessoas, com presença de idosos e destaque para áreas litorâneas urbanas, onde vivem 3 em cada 10. Em geral, habitam zonas centrais, que já foram muito boas e muitas vezes se deterioraram, mas possuem bom acesso a bens e serviços. Por isso, desfrutam de conforto nesses locais. A grande maioria nunca morou em outro estado do Brasil.

Muitos possuem bens, como imóvel próprio e carro. Aqueles que trabalham não têm muito tempo livre, mas procuram realizar atividades de lazer, principalmente nos fins de semana. Reuniões familiares são mais frequentes e viagens de férias também costumam ser uma das formas de lazer, sendo em geral para destinos nacionais – viagens para o exterior são mais raras. São usuários dos meios de comunicação tradicionais, como rádio ou TV. Parte considerável é leitora de jornais, em especial os aposentados, que desfrutam de mais tempo livre. Conhecem os meios on-line, alguns os utilizam inclusive no trabalho, mas apresentam baixa propensão à utilização de forma geral. Assim, ainda desconfiam de certas operações, como internet banking. É comum recorrerem à ajuda de pessoas mais jovens, como filhos e enteados, que moram ou frequentam suas casas, quando precisam utilizar a internet.

Em geral, possuem relacionamento bancário com apenas uma instituição e o tipo de crédito a que mais recorrem é o do cartão. Muitos já foram adeptos da poupança no passado, forma pela qual conseguiram “juntar um dinheirinho” para garantir um futuro mais tranquilo.

São pessoas conservadoras, que valorizam a educação e os laços familiares. Com muito sacrifício, buscaram garantir aos filhos o ensino superior em uma época na qual a universidade não era tão acessível. Alguns ainda possuem filhos em idade escolar. Uma parte também acolhe seus pais idosos em suas casas ou são os próprios idosos morando com os filhos. Apesar de terem vivido dias mais “apertados” no passado, apresentam certa nostalgia do tempo em que eram jovens, quando

honestidade e trabalho duro eram, na opinião da maioria, valores consolidados na sociedade.

Grupo C - Juventude Trabalhadora Urbana

Jovens, em sua maioria com até 35 anos, solteiros, moradores das regiões metropolitanas e grandes centros urbanos. São cosmopolitas e possuem estilo de vida moderno. Moram em bairros com bons serviços de saneamento básico e infraestrutura, distribuídos tanto em bairros mais nobres, de classe média-alta, como bairros mais simples, de classe média-baixa. Apesar de boa parte ainda morar com suas famílias, 4 em cada 10 já vivem sozinhos. A maioria mora em casas, mas o índice de moradia em apartamentos é maior do que a média nacional.

Cinco em cada 10 trabalham na iniciativa privada, em geral em início de carreira, mas com boas oportunidades de crescimento proporcionadas pela escolaridade em ascensão. Parcela exerce ocupações informais, como trabalho em pequenos negócios de seus parentes, profissões autônomas ou no setor de comércio e serviços. Como estão no início de suas carreiras, procuram se dedicar ao trabalho e investir em seu desenvolvimento profissional. Têm estilo de vida dinâmico e gostam de se divertir. A vida social vai além da vida familiar, mas valorizam a companhia de parentes, principalmente se forem da mesma faixa etária. As redes sociais são fundamentais para o exercício da sociabilidade e para a formação de opinião desses jovens, pois é uma importante fonte de informações. A tendência de substituição da TV pela internet neste grupo é altíssima, o que já acontece com frequência em relação ao rádio, trocado por muitos pelas músicas baixadas da internet ou acessadas on-line. Jornais e revistas são considerados meios obsoletos para a maioria.

O acesso à tecnologia é intenso: smartphone é utilizado ou desejado e não conseguem imaginar a vida sem o celular. São usuários frequentes de jogos eletrônicos e videogame e consomem on-line, embora parte deles prefira conferir o produto em lojas físicas antes de aproveitar as ofertas da internet, sobretudo quando se trata de produtos mais caros. Buscam se conectar com as últimas tendências e utilizam a moda como forma de expressão e pertencimento aos grupos que pertencem. Suas famílias possuem renda média boa, permitindo a esses jovens o acesso a uma vida relativamente melhor do que suas rendas pessoais de início de carreira lhes proporcionariam. O acesso e utilização do crédito é relativamente baixo, mas, como jovens, tendem a ser mais consumistas. Iniciaram a vida adulta em um período de desenvolvimento econômico intenso do País, por isso são otimistas. Valorizam a educação como forma de manutenção e ascensão social e tendem a ser menos conservadores do ponto de vista político, embora não se possa afirmar que sejam “politizados”. São pessoas que apresentam comportamento um pouco mais individualista do que as gerações anteriores – valorizam as conquistas de seus pais, mas preocupam-se com seu próprio futuro.

Grupo D - Jovens da Periferia

Sete em cada 10 estão na faixa entre 21 e 35 anos, na maior parte solteiros e de baixa escolaridade. Nasceram e cresceram nos espaços periféricos dos centros urbanos ou rurais do País. 4 em cada 10 são mulheres chefes de família. Vivem com suas famílias estendidas em casas localizadas em bairros periféricos de capitais e regiões metropolitanas por vezes sem acesso satisfatório a serviços de saneamento básico. Por exemplo: 3 em cada 10 moram perto de terrenos baldios com presença de lixo, 3 em cada 10 dos domicílios não têm rua identificada e 5 em cada 10 vivem em regiões sem rede de esgoto ou bueiro. Uma parte, majoritariamente pertencente ao segmento D11 (Novos Moradores da Comunidade), tem condições precárias de moradia.

Do ponto de vista da ocupação, podemos dividir o grupo em três partes: trabalhadores da iniciativa privada ocupando cargos pouco expressivos e de baixa remuneração, trabalhadores informais e desempregados. Uma pequena parte recebe algum tipo de ajuda governamental.

Apesar da idade, as baixas condições financeiras podem ser limitadoras de atividades comuns à faixa etária e distanciar este grupo dos chamados “antenados”. Mesmo com pouco acesso,

valorizam as marcas, principalmente como forma de inclusão social ou demonstração de algum status. Vestuário e cosméticos são categorias que podem cumprir esse papel neste universo.

Por não terem opção de lazer público em seus bairros costumam se divertir dentro de casa ou, às vezes, em shoppings, onde costumam passear e, às vezes, fazer alguma refeição rápida.

Em função disso, a TV é o principal meio de comunicação e importante forma de lazer. A internet cumpre papel significativo, principalmente através das redes sociais. Uma boa parte possui acesso em casa, sendo inclusive uma prioridade em relação às demais despesas domésticas. Assim, acaba atuando como uma forma de inclusão para os jovens, uma vez que o acesso se dá independentemente da situação financeira – diferença reside na velocidade de conexão e na preferência de conteúdos. Para além do relacionamento, a internet é importante meio de pesquisa de preços e eventualmente compra on-line com pagamento tanto em cartão de crédito como em boleto bancário.

O acesso aos bancos é limitado, mas concentrado no grupo que possui emprego formal, ainda que de forma básica (conta corrente ou conta salário). Cartão de crédito, crediário ou outras formas que permitam parcelar as compras são os meios mais utilizados de crédito e dos quais dependem para ter acesso aos bens de valor um pouco mais elevado. 8 em cada 10 já tiveram algum tipo de dificuldade para honrar seus compromissos financeiros. São pessoas otimistas e têm uma percepção de que a vida mudou para melhor nos últimos anos, principalmente pelo maior acesso a bens de consumo que, na infância, suas famílias não tinham. Acreditam que suas vidas e o País continuarão a melhorar.

Grupo E - Adultos Urbanos Estabelecidos

Adultos, boa parte homens chefes de família, que estão chegando a uma estabilidade na vida profissional. São urbanos, em geral vivendo fora das capitais, em cidades menores das regiões metropolitanas ou centros urbanos do interior. Vivem com suas famílias, na maioria em casas próprias com até quatro pessoas, com alguma presença de idosos. Seus bairros possuem bom acesso a serviços básicos de energia elétrica, abastecimento de água, coleta de lixo e esgoto.

O atual momento profissional lhes garante uma renda fixa razoável. A maioria (6 em cada 10) trabalha na iniciativa privada, ocupando cargos médios. Uma pequena parte é proprietária de algum negócio e podemos também encontrar uma parcela de profissionais liberais.

Por viverem majoritariamente fora de grandes centros urbanos, conseguem desfrutar de um bom padrão de vida, em condições mais confortáveis do que suas rendas poderiam sugerir. São consumidores “padrão”, com acesso aos principais bens de consumo, como eletrônicos, móveis, alimentos, vestuário e, por vezes, automóveis. Mas estão relativamente distantes do mercado de luxo.

De acordo com a faixa etária e o local de moradia, as práticas de lazer costumam ser diferentes: alguns frequentam shopping centers, cinemas e restaurantes, outros podem usufruir de viagens nacionais, passeios e reuniões com a família. São mais suscetíveis aos meios de comunicação tradicionais, em especial a TV, já com grande acesso à TV por assinatura. O uso da internet para informação e compra tem crescido, mas trata-se de um grupo que ainda valoriza o “papel”, inclusive no acesso à imprensa, sempre que possível. Aos poucos, vão descobrindo que, muitas vezes, comprar pela internet pode ser mais barato. Além disso, vem diminuindo o receio em fazer transações on-line com o cartão de crédito.

A renda estável e emprego formal, na maioria das vezes, facilitam o acesso ao crédito, muito utilizado principalmente para potencializar seu poder de compra para bens e serviços de maior valor. Embora saibam que essa utilização possa, às vezes, acarretar algumas complicações financeiras, muitas vezes esse é o único caminho para conquistar o que desejam.

Valorizam o esforço individual e acreditam que as pessoas devem correr atrás das oportunidades. Não se envolvem muito em assuntos ligados à política, mas ainda assim acreditam em um futuro melhor. Podemos considerá-los como a representação do brasileiro médio adulto.

Grupo F - Envelhecendo no Século XXI

Pessoas mais velhas (acima de 60 anos) que, em geral, vivem junto com suas famílias estendidas e contribuem financeiramente com os gastos do lar. Cerca de 1/3 é chefe de família. Moram em áreas urbanas, seja na capital, seja no interior, em bairros de classe média, com bom atendimento de serviços públicos, como saneamento básico e fornecimento de energia elétrica. Têm fácil acesso a hospitais e escolas, em geral localizados próximos às suas residências. A maioria é

aposentada e uma pequena parte ainda trabalha na iniciativa privada ou é proprietária de um pequeno negócio.

De modo geral, vivem há bastante tempo no mesmo bairro, por isso possuem bastante familiaridade com o espaço onde moram e laços com a vizinhança. Grande parte não possui carro e utiliza o transporte público para locomoção.

Adquiriram estabilidade financeira, sobretudo em função da renda fixa que a aposentadoria lhes propicia. Procuram manter as contas sob controle adotando um comportamento financeiro mais ponderado, menos voltado ao consumo.

Fazem uso de meios de comunicação mais tradicionais, como TV e rádio. Gostam de noticiários, novelas, programas de auditório e futebol.

São arredios à tecnologia. Embora a maioria viva em bairros e casas com acesso a serviço de internet, apenas uma pequena parcela pode ser considerada “conectada”. O uso do telefone celular costuma ser restrito às chamadas de voz.

São conservadores e tradicionais. Em geral, ainda que tenham renda para o acesso a crédito, costumam usá-lo pouco, muitas vezes por medo de se endividar. Embora a maioria possua uma renda fixa, ela em geral não é alta, portanto não costuma sobrar muito no fim do mês.

Em função da idade avançada, possuem gastos fixos com saúde relativamente altos.

Sentem certa nostalgia em relação ao passado e acreditam que, apesar da melhora geral nas condições de vida, algumas coisas “de antigamente” eram melhores, como o índice de violência e o respeito entre as gerações.

Grupo G - Donos de Negócio

São pequenos e médios empresários com relativo sucesso. Adultos, entre 25 e 55 anos, em geral casados, que acreditaram em seus sonhos e investiram no negócio próprio. Vivem em endereços que muitas vezes coincidem com os de seus negócios - o que pode indicar que sejam, na maioria das vezes, proprietários de pequenos estabelecimentos comerciais ou empresas. Talvez, por isso, muitos morem em bairros cujo setor censitário está relacionado a rendas menores do que seus reais rendimentos.

Muitos já conseguiram atingir sucesso e estabilidade, alguns estão começando. Outros podem ainda conjugar o emprego de funcionários públicos com o negócio próprio. Como proprietários, cumprem uma jornada de trabalho longa e exaustiva, mas com alguma flexibilidade de horário. A escolaridade desse grupo é de média para alta: cerca de 1 em cada 10 possui nível superior, e 5 em cada 10, ensino médio. Pelo fato de possuírem uma renda relativamente alta, conseguem ir além dos gastos básicos e podem muitas vezes ter acesso a viagens nacionais ou internacionais,

produtos de marcas famosas, equipamentos eletrônicos de boa performance e automóveis.

TV e internet são os meios de comunicação mais acessados por essas pessoas. Possuem amplo acesso e assistem à TV por assinatura, ainda que muitas vezes não haja tempo para esta atividade. A internet é utilizada inclusive para divulgação e operacionalização de seus negócios. No âmbito pessoal, são usuários de redes sociais, fazem pesquisa geral e uma parte utiliza e-commerce. Uma grande parte é usuária de smartphone. Outros meios de comunicação também têm peso para alguns segmentos do grupo: jornais, inclusive aqueles específicos para a área de economia e negócios, e revistas especializadas. Apesar da renda alta, estão muitas vezes sujeitos à sazonalidade. Como empresários, apresentam gastos mensais altos e muitas vezes estão no momento de reinvestir no negócio. O crescimento de suas empresas muitas vezes depende do acesso ao crédito, por isso são pessoas com média atividade e certo risco de crédito. É comum alguma confusão do “bolso pessoal” com o “bolso da empresa”, o que pode representar um risco administrativo para seus negócios. Trabalham muito, mas a recompensa vale a pena. São otimistas e acreditam muito em sua própria capacidade de trabalho.

O investimento em seu sonho lhes traz hoje retorno e realização. Esperam que o País cresça e que os governantes invistam em melhorias, para que o cenário seja favorável ao pequeno e médio empresário, incluindo principalmente a redução da carga tributária.

Grupo H - Massa Trabalhadora Urbana

Grupo composto pelos trabalhadores urbanos de baixa renda do País. Com baixa escolaridade, encontram-se empregados em funções de pouca remuneração e prestígio social, em geral associadas ao trabalho manual e pouco qualificado.

Casados, com família e filhos, é comum que abriguem parentes idosos em suas casas (pai ou mãe, ou até tios e primos) cujas aposentadorias contribuem significativamente para a manutenção do nível de vida da família.

Moram, em sua maioria, nas regiões metropolitanas onde o custo de vida é alto, “achatando” ainda mais a renda limitada.

Sofrem com problemas de mobilidade urbana e preconceitos, por serem muitas vezes moradores de favelas (é o grupo que concentra essa população, cerca de 2 em cada 10 moram em comunidade). Muitos vivem de aluguel, 2 em cada 10, e sonham com a casa própria.

Compõem o grupo de pessoas que foram fortemente impactados pelas políticas de distribuição de renda e erradicação da pobreza extrema da primeira década dos anos 2000. Portanto, apesar de viverem em situação precária e muitos serem beneficiários de programas governamentais, tiveram uma relativa melhora nas condições de vida e aumento significativo no acesso ao consumo de bens e serviços proporcionados pelo aumento do emprego formal e acesso ao crédito.

Como são, na maioria, a primeira geração com acesso facilitado ao crédito, tiveram que passar por uma fase de adaptação a essa realidade – muitos se complicaram e contraíram dívidas. Estão aprendendo a negociar e evitar futuros excessos.

A melhora da vida torna essas pessoas otimistas em relação ao futuro, principalmente quando pensam na futura geração, dos filhos. Assim como a maioria dos brasileiros de baixa renda, valorizam o esforço próprio e a família.

Têm bom acesso a meios de comunicação como TV e rádio. Celulares e internet são bem popularizados, no entanto tratam-se de serviços mais baratos e de menor qualidade. Existe uma contradição em relação ao fato de viverem nos grandes centros urbanos: se por um lado o custo de vida é mais alto, por outro lado, o acesso ao consumo e à informação é muito mais próximo do que

encontramos no Grupo I (Moradores de áreas empobrecidas do Sul e Sudeste) e no Grupo J (Habitantes de zonas precárias), por exemplo. Dessa forma, do ponto de vista de inclusão, mesmo morando em favelas, este grupo pode ser considerado mais inserido na sociedade atual do que os demais grupos com renda e escolaridade semelhantes.

Grupo I - Moradores de Áreas Empobrecidas do Sul e Sudeste

Adultos, homens e mulheres, vivendo em situação financeira precária em áreas empobrecidas das regiões Sul e Sudeste. 9 em cada 10 moram fora das capitais, e 7 em cada 10, fora das regiões metropolitanas. Uma parte habita zonas rurais. Há predomínio de moradias divididas com demais membros da família estendida e boa parte possui idosos em casa. Seus bairros são periféricos, afastados dos centros e com carência de infraestrutura, em especial no que diz respeito à rede de esgoto, coleta regular de lixo, pavimentação e identificação das ruas. Enfrentam problemas com deslocamento por estarem longe das áreas centrais nas quais se encontram a maioria dos empregos e serviços como médicos e escolas. São esforçados trabalhadores de baixa renda: 6 em cada 10 trabalham na iniciativa privada em cargos de baixa qualificação e remuneração.

Os demais tendem a atuar no mercado informal, prestando pequenos serviços, como atividades manuais. Possuem vida familiar intensa, tendo o lar como principal espaço de convivência, lazer e sociabilidade. São consumidores com possibilidades restritas, mas que viveram nos últimos anos uma melhora significativa em termos de consumo e acesso a bens, proporcionada pelo aumento real do salário mínimo, aumento do emprego formal e políticas de distribuição de renda. Essas mudanças foram capazes de expandir suas possibilidades para além das necessidades mais imediatas, diversificando o consumo com produtos alimentícios de marcas mais valorizadas.

Tiveram acesso a bens que possibilitam lazer no interior das casas como TV de tela plana, vídeo game, alguns serviços mais baratos de TV por assinatura, entre outros. O rádio também ainda é muito utilizado para o entretenimento (música) e informação (noticiários de curta duração).

Jornais, revistas e outras mídias alternativas têm pouco peso neste grupo. Uma parte possui acesso à internet em domicílio, mas o público usuário são os moradores mais jovens da casa, filhos ou netos. Apesar das condições financeiras mais restritas, o uso de aparelho celular é bastante difundido. Utilizam aparelhos mais simples, preferencialmente com a possibilidade de utilizar mais de um chip pré-pago. A telefonia celular pode ser utilizada inclusive como instrumento de trabalho, funcionando como uma espécie de escritório móvel. Se diferenciam do Grupo J (Habitantes de Zonas Precárias) por viverem em regiões mais ao sul, em geral mais desenvolvidas do que as regiões ao Norte e Nordeste.

Têm um posicionamento conservador em relação à vida e à sociedade. Costumam ser menos abertos a diversidade sexual e de gênero, mais rigorosos quanto à punição de criminosos e defensores dos valores familiares. Acreditam fortemente no valor do indivíduo e são esperançosos em relação ao futuro. O caminho da realização concentra-se na família, principalmente a próxima geração, vista como a possibilidade de mudarem suas histórias e melhorarem de vida coletivamente.

Grupo J - Habitantes de Zonas Precárias

Adultos (jovens e maduros) dos 25 aos 70 anos, pobres que vivem com baixíssima renda e acesso a bens e serviços. Estão localizados em cidades menores da costa e do interior do País, principalmente nos estados do Nordeste e do Norte, em bairros no limite entre a zona urbana e rural. Muitas vezes não possuem calçadas e pavimentação nas ruas, as casas estão em situação precária, muito envelhecidas ou inacabadas. Têm dificuldades de acesso a serviços de saúde pública, lazer público e saneamento básico.

Muitas vezes estão desempregados ou atuando na informalidade, o que aumenta a precariedade e

vulnerabilidade de suas condições de vida. É comum dependerem da ajuda governamental para que possam garantir o básico em suas vidas.

Vivem próximos do limite da linha da pobreza, com o consumo restrito aos bens de primeira necessidade. Quando possível, conseguem comprar um pouquinho mais, porém sempre dependendo do crédito – com acesso restrito – ou de um esforço econômico muito alto para isso.

Sofrem com a falta de atenção em saúde e educação e têm dificuldades para compreender certas linguagens utilizadas na mídia e comunicação em geral, em função da baixa escolaridade. TV e rádio são os meios mais utilizados e a internet é mais rara do que nos outros grupos, com algum acesso entre os jovens, que têm nas redes sociais formas de comunicação e lazer.

Provavelmente, fazem parte da parcela de não bancarizados do País. Cartão de crédito e modalidades de empréstimos consignados, em geral atrelado a algum aposentado da família, são tipos de produtos financeiros eventualmente acessados.

Mesmo com as dificuldades, a telefonia celular está presente, em especial através de planos pré-pagos e utilização de vários chips para se aproveitar o máximo das promoções. São pessoas com pouca perspectiva de vida, envelhecidas pela dureza da vida, ainda que cronologicamente possam ser jovens.

Experimentaram uma real melhora das condições gerais nos últimos anos através dos programas sociais, o que serve como um bálsamo ou alento para o futuro, mas sem grandes esperanças.

Grupo K - Habitantes das Áreas Rurais

Homens e mulheres vivendo em setores censitários classificados como rurais. Idade média em torno de 50 anos, com baixa escolaridade.

São pessoas que vivem em áreas rurais do País. Em geral, têm por volta de 50 anos de idade, muitos já se casaram (4 em cada 10) e alguns são viúvos.

Vivem com suas famílias, em casa com três ou quatro pessoas. É comum que parentes mais velhos estejam presentes nos domicílios.

Nesse grupo, há predominância de homens. 4 em cada 10 possuem carteira assinada, muitas vezes em trabalho associado ao agronegócio, há alguns pequenos proprietários (1 em cada 10) e aposentados. 1 em cada 10 recebe algum tipo de ajuda financeira governamental.

A vida dessas pessoas nem sempre é fácil. Enfrentam dificuldade de acesso a serviços de saúde pública, saneamento básico e educação em comparação com os habitantes das áreas urbanas. 7 em cada 10 possuem apenas escolaridade básica, indicando o quanto o acesso à educação nas áreas rurais ainda é mais restrito.

O menor custo de vida, no entanto, permite a eles situação financeira um pouco mais confortável em comparação aos que possuem a mesma renda em áreas metropolitanas. Nos últimos anos, a difusão das antenas parabólicas e a expansão do sistema de telefonia móvel permitiram que essas pessoas tivessem maior acesso aos meios de comunicação para além do tradicional rádio.

Vivem com simplicidade e suas referências são diferentes daquelas dos moradores urbanos, por isso se consideram felizes. Afinal de contas, podem se alimentar bem e trabalhar. Conservadores do ponto de vista financeiro e com renda restrita, têm resistência ao uso do crédito.

Fonte: [Jornal do Brasil](#), em 15.05.2015.